

**PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, UKURAN
PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP
STRUKTUR MODAL**

**(STUDI PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2016)**

Disusun Oleh:

TEA INDHIE SAHARA

NIM.145020200111068

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana
Ekonomi**



BIDANG MANAJEMEN KEUANGAN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

"PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL (STUDI PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2016)"

Yang disusun oleh:

Nama : Tea Indhie Sahara

NIM : 145020200111068

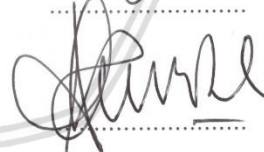
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi: Keuangan

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 April 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

1. Risca Fitri Ayuni, SE., MM.,
NIK. 2012018706012001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Nur Khusniyah Indrawati, SE, Msi., CSRS, CFP
NIP. 19630622 198802 2 001
(Dosen Penguji 1)
3. Dr. Atim Djazuli, SE., MM.
NIP. 19600801 198603 1 005
(Dosen Penguji 2)



Malang, 24 Juli 2018
Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Siti Aisjah, SE., MS., CSRS., CFP
NIP. 19601111 198601 2 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan MT. Haryono 165 Malang 6541, Indonesia
Telp. +62341-555000 (Hunting), 551396, Fax.553834
E-mail : feb@ub.ac.id <http://www.feb.ac.id>

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini , saya :

N a m a : Tea Indhie Sahara
Tempat/Tgl. Lahir : Malang, 05 Desember 1996
Nomor Induk : 145020200111068
Jurusan : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Alamat : Jalan Candi Mendut Barat VI D-8, Kota Malang

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **SKRIPSI** berjudul : **PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL (STUDI PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2016)**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 21 Juni 2018

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Risca Fitri Ayuni.MM.,MBA
NIP. 2012018706012001

Yang membuat pernyataan

Tea Indhie Sahara
NIM.145020200111068





UNIVERSITAS BRAWIJAYA
GALERI INVESTASI BEI
(IDX- Indonesia Stock Exchange)



SURAT KETERANGAN
NO. 042/GI.BEI-UB/IV/2018

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Brawijaya menerangkan bahwa:

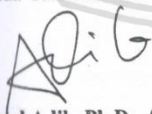
Nama : TEA INDHIE SAHARA
NIM : 145020200111068
Fakultas / Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Telah mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Brawijaya Malang pada bulan Februari 2018. Penelitian tersebut berjudul:

“PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL (STUDI PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2016)”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 April 2018
Ketua Galeri Investasi BEI UB,


Noval Adib, Ph.D., Ak., CA.
NIP 197210052000031001

GALERI INVESTASI BEI – UB
Gedung Pusat Pembelajaran Terpadu Lantai 2
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 165, Malang 65145 – Indonesia
Telp/Fax: 0341-567040
www.accounting.feb.ub.ac.id/lab
Email: gibei@ub.ac.id



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya Malang. Selama proses penyusunan skripsi ini, telah banyak mendapat bimbingan, pengarahan, bantuan, serta dukungan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu disampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Nurkholis, SE., M.Bus(Acc)., Ak., Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
2. Ibu Dr. Sumiati, SE., MSi, CSRS selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
3. Ibu Risca Fitri Ayuni, SE., MM., MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Nur Khusniah Indrawati, SE., M.Si., CSRS selaku Dosen Penguji Satu
5. Bapak Dr. Atim Djazuli, SE., MM. selaku Dosen Penguji Dua
6. Kedua Orang Tua, Bapak Suhermadi, SE dan Ibu Siti Umiati, serta Kakak tercinta Riessa Roseline, SE., yang telah memberikan dukungan, doa, kesabaran, semangat, perhatian dan kasih sayang yang tiada henti yang dicurahkan kepada penulis
7. Kepada Yoga Pinasatria yang telah memberikan dukungan, kesabaran, semangat, kasih sayang, perhatian dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada seluruh teman-teman Unit Aktivitas Tennis Lapangan (UATL) yang selalu memotivasi dalam menyelesaikan skripsi.

9. Kepada seluruh teman-teman Manajemen FEB UB 2014 atas saran dan pengalaman yang diberikan.
10. Seta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyatakan bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Malang,

2018

Tea Indhie Sahara



PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL (Studi Pada Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)

Tea Indhie Sahara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

teaidhie05@gmail.com

Dosen Pembimbing

Risca Fitri Ayuni, SE., MM., MBA

Penelitian ini dilakukan untuk; (1) mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016 (2) mengetahui pengaruh struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016 (3) mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016 (4) mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia period 2013-2016. Sampel yang diambil menggunakan teknik *sampling jenuh*. Sampel yang digunakan merupakan anggota dari sari semua populasi yang berjumlah 5 perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia 2013-2016. Teknik analisis yang digunakan adalah uji aumsi klasik analisis linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal (2) Struktur Aktiva berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal (3) Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal (4) Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap struktur modal

Kata Kunci: Profitabilitas Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Modal.

**THE EFFECT OF PROFITABILITY, TANGIBLE ASSETS, FIRM SIZE,
AND SALES GROWTH TO CAPITAL STRUCTURE
(Study on Communication Company Listed in Indonesia Stock Exchange
2013-2016)**

Tea Indhie Sahara
teaindhie05@gmail.com

Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya

Advisor
Risca Fitri Ayuni, MM., MBA

This research conducted for; (1) to know the profitability of capital structure at the company in Indonesia Stock Exchange period 2013-2016 (2) to know the effect of tangible assets to capital structure at company in Indonesia Stock Exchange period 2013-2016 (3) to know the effect of firm size to capital structure at company in Stock Exchange Indonesia period 2013-2016 (4). for Indonesia Stock Exchange period 2013-2016. The population used in this study is a telecommunication company listed on the Indonesia Stock Exchange period 2013-2016. Samples using nonprobability sampling technique with saturated sampling technique. Samples which is one of the 5 companies in Indonesia Stock Exchange 2013-2016. The analysis technique used is multiple linear analysis. The results of this study indicate that (1) Profitability negative and significant to capital structure (2) Tangible assets of positive and not significant assets to capital structure (3) Company size negative and insignificant to capital structure (4) Positive and significant sales growth perhaps the capital structure

Keywords: profitability, tangible assets, company size, sales growth, and capital structure.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	
Daftar Isi	
Daftar Tabel	
Daftar Gambar	
Daftar Lampiran	
Abstark.....	

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Profitabilitas	14
2.2.1. Definisi Profitabilitas	14
2.2.2. Rasio Profitabilitas	15
2.3. Struktur Aktiva	16
2.3.1. Definisi Struktur Aktiva	16
2.3.2. Perhitungan Struktur Aktiva	17
2.4. Ukuran Perusahaan	18
2.5.1. Definisi Ukuran Perusahaan	18
2.5.2. Perhitungan Ukuran Perusahaan	19
2.5. Pertumbuhan Penjualan Perusahaan	19
2.5.1. Definisi Pertumbuhan Penjualan Perusahaan	19
2.5.2. Rasio Pertumbuhan Penjualan Perusahaan	20
2.6. Struktur Modal	21
2.6.1. Definisi Struktur Modal	21
2.6.2. Teori Struktur Modal	22
2.6.2.1. Pendekatan Modigliani Miller (MM)	22
2.6.2.2. <i>Trade Off Theory</i>	23
2.6.2.3. <i>Pecking Order Theory</i>	24

2.6.2.4. <i>Signaling Theory</i>	25
2.6.3. Struktur Modal Yang Optimal	25
2.6.4. Perhitungan Struktur Modal.....	26
2.7. Kerangka Pikir Penelitian	28
2.8. Hipotesis Penelitian	29
2.8.1. Perumusan Hipotesis.....	29
2.8.1.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal	29
2.8.1.2. Pengaruh Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal	30
2.8.1.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal	30
2.8.1.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal	31

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Lokasi Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.3. Sampel	34
3.4. Sumber Data	34
3.5. Teknik pengumpulan Data	35
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.6.1. Variabel Dependen	35
3.6.2. Variabel Independen	36
3.7. Metode Analisis Data	37
3.7.1. Uji Asumsi Klasik	37
3.7.1.1. Uji Normalitas	37
3.7.1.2. Uji Multikolonearitas	38
3.7.1.3. Uji Heterokedastisitas	39
3.7.1.4. Uji Autokolerasi	40
3.7.2. Analisis Regresi Berganda	41
3.7.2.1. Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.7.3. Pengujian Hipotesis	43
3.7.3.1. Pengujian Hipotesis Uji t	45

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1. PT. Bakrie Telecom Tbk	46

4.1.2. PT. XL Axiata Tbk	47
4.1.3. PT. Indosat Tbk	48
4.1.4. PT. Smartfren Telecom Tbk	50
4.1.5. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	51
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2.1. Struktur Modal (Y)	53
4.2.2. Profitabilitas (X1)	55
4.2.3. Struktur Aktiva (X2)	57
4.2.4. Ukuran Perusahaan (X3)	59
4.2.5. Pertumbuhan Penjualan (X4)	60
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.3.1. Hasil Uji Normalitas	62
4.3.2. Hasil Uji Multikolonieritas	64
4.3.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	65
4.3.4. Hasil Uji Autokolerasi	67
4.4. Analisis Regresi Berganda	68
4.4.1. Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.5. Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1. Hasil Uji f	71
4.5.2. Hasil Uji t	72
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.6.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal	74
4.6.2. Pengaruh Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal	75
4.6.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal	77
4.6.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal	78
4.6. Implikasi Hasil Penelitian	80
BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85
Daftar Pustaka	86
Lampiran	88

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 1.1. Pertumbuhan Gross Domestic Product (GDP)	2
2.	Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
3.	Tabel 3.1. Daftar Nama Perusahaan	34
4.	Tabel 4.1. Struktur Modal Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016	54
5.	Tabel 4.2. Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016	55
6.	Tabel 4.3. Struktur Aktiva Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016	58
7.	Tabel 4.4. Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016	59
8.	Tabel 4.5. Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016	60
9.	Tabel 4.6. Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov	64
10.	Tabel 4.7. Uji Multikolenieritas Dengan VIF	65
11.	Tabel 4.8. Uji Heterokedastisitas Dengan Glejser	66
12.	Tabel 4.9. Uji Autokolerasi	67
13.	Tabel 4.10. Perhitungan Durbin Watson	67
14.	Tabel 4.11. Uji Regresi Linier Berganda	68
15.	Tabel 4.12. Koefisien Determinasi (R^2)	70
16.	Tabel 4.13. Hasil Uji f	71
17.	Tabel 4.14. Hasil Uji t	72

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1. Kerangka Pikir	28
2. Gambar 2.2 Model Hipotesis	29
3. Gambar 4.1. Normal P-Plot	63
4. Gambar 4.2. Histogram	63
5. Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas Dengan Scatterplot	66



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu proses dua arah yang menghasilkan pertukaran informasi dari masing-masing individu yang terlibat. Komunikasi merupakan kebutuhan dalam kehidupan manusia untuk saling tukar menukar informasi. Tanpa komunikasi maka manusia bisa dikatakan tersesat. Mulyana (2005,p.61) mengatakan bahwa manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya bisa dipastikan akan tersesat karena ia tidak bisa menaruh dirinya dalam lingkungan sosial. Pada era globalisasi ini pentingnya komunikasi sudah tidak dapat dipungkiri. Menurut Syadam (2005,p.3) kebutuhan manusia akan komunikasi semakin berkembang pesat, hal ini disebabkan oleh kian bertambah sulitnya masalah yang harus dihadapi dan diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat serta semakin tingginya saling ketergantungan antar manusia dalam melengkapi keperluan hidup mereka sehari hari.

Pentingnya komunikasi bagi masyarakat membuat adanya perkembangan pesat pada bidang teknologi telekomunikasi di Indonesia. Kemajuan teknologi telekomunikasi membawa dampak semakin mudahnya aktivitas manusia dalam menjalin hubungan interaksi yang lebih cepat tanpa dibatasi oleh bentuk geografis di Indonesia. Perkembangan teknologi telah memaksa manusia untuk terus menemukan hal baru pada teknologi, misalnya penemuan satelit memunculkan teknologi yang memanfaatkannya seperti telepon, internet dan kemudahan dalam mendapatkan informasi melalui media massa (Nurudin,2017,p.5)

Manfaat besar yang diberikan teknologi telekomunikasi memberikan dampak yang besar pula bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Perusahaan telekomunikasi salah satu perusahaan yang memegang peran penting dalam perekonomian di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan adanya kontribusi perusahaan telekomunikasi pada *Gross Domestic Product* (GDP) sektor informasi dan komunikasi. Melalui *Gross Domestic Product* (GDP) sektor informasi dan komunikasi merupakan sektor bisnis yang mengalami perkembangan dinamis, namun tetap mengguguli dari sektor lainnya.

Kontribusi yang diberikan oleh sektor informasi dan komunikasi dalam *Gross Domestic Product* (GDP) tahun 2015 dan 2016 sempat mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya yang tumbuh diatas 10 persen, yaitu tahun 2013 sebesar 10.39% dan tahun 2014 sebesar 8.87%. Pada tahun 2017 kuartal II, GDP sektor informasi dan komunikasi membuktikan kembali dengan tumbuh dua digit diatas 10% yaitu sebesar 10.88%.

Tabel 1.1.

Pertumbuhan Gross Domestic Product (GDP)

SEKTOR	2013	2014	2015	2016	Q2 2017
Algiculture,forestry&fishery	4.20	4.24	3.77	3.25	3.33
Mining and Quarrying	2.53	0.43	-3.42	1.06	2.24
Manufacturing Industry	4.37	4.64	4.33	4.29	3.54
Electricity and gas	5.23	5.90	5.39	1.60	-2.53
Water, waste management cesspit & recycling	3.32	5.24	7.07	3.60	3.67
Construction	6.11	6.97	6.36	5.22	6.96
Wholesale & Retail trade, cars & motorcycles reparations	4.81	5.18	2.59	3.93	3.78

Tabel 1.1. Lanjutan

SEKTOR	2013	2014	2015	2016	Q2 2017
Transportation and warehousing	6.97	7.36	6.68	7.74	8.37
Accommodation, food and beverages	6.80	5.77	4.31	4.94	5.07
Information and communication	10.39	10.12	9.69	8.87	10.88
Finance and Insurance	8.76	4.68	8.59	8.90	5.94
Real Estate	6.54	5.00	4.11	4.30	3.86
Business services	7.91	9.81	7.69	7.36	6.80
Public adm., defense and compulsory social security	2.56	2.38	4.63	3.19	-0.33
Education	7.44	5.47	7.33	3.84	0.90
Health and social activities	7.96	7.96	6.68	5.00	6.40
Other services	6.40	8.93	8.08	7.80	8.63

Sumber : Badan Pusat Statistika (BPS), 2017

Perkembangan teknologi telekomunikasi dimulai sejak perubahan model pengelolaan sektor telekomunikasi yang dilakukan Indonesia tahun 1999, melalui UU No.36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Undang Undang telekomunikasi ini, menyatakan bahwa pemerintah meniadakan monopoli dalam bidang telekomunikasi. Sejak saat itulah beberapa perusahaan telekomunikasi bermunculan dan saling bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar.

Persaingan yang terjadi antar perusahaan tidak selamanya memiliki dampak positif khususnya pada teknologi telekomunikasi berupa operator data seluler. Sebuah website berita oleh okezone menuliskan bahwa Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) beranggapan jumlah operator telekomunikasi di Indonesia sudah berlebihan . Hal itu berdampak tidak semua operator bisa mendapatkan jatah frekuensi yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan

bisnis korporasi telekomunikasi serta konsumen yang tidak lagi menikmati pelayanan maksimal lantaran persaingan sengit yang mengarah ke persaingan tidak sehat. Menkominfo menginginkan adanya konsolidasi antar perusahaan telekomunikasi karena dinilai dapat meminimalisir perang harga, menyeimbangkan persaingan serta membawa persaingan antar operator menjadi lebih sehat (Luthfi,2017)

Terjadinya persaingan antar perusahaan serta permintaan Menteri Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) tentang adanya konsolidasi antar perusahaan telekomunikasi, terdapat beberapa perusahaan telekomunikasi yang menyetujui dan tidak menyetujui terkait konsolidasi tersebut. Pada website berita oleh CNN Indonesia, Alexander Rusli selaku CEO Indosat menyatakan bahwa pihaknya telah melakukan kajian ke arah mana bisa dilakukan konsolidasi, namun hingga saat ini tak ada satupun operator yang bisa didekati untuk konsolidasi sebelum adanya kepastian regulasi dari pemerintah (Ayuwuragil,2017). Persaingan antar perusahaan telekomunikasi terus terjadi meski adanya permintaan Menkominfo untuk konsolidasi. Perusahaan telekomunikasi masih terus menginginkan adanya pangsa pasar yang tinggi guna mencegah adanya konsolidasi dari perusahaan lain. Pada website berita online oleh market bisnis, perusahaan telekomunikasi diprediksi akan terus menghidupkan sepanjang tahun 2018 meski kompetisi ketat akan terus berlangsung , dimana produk harga murah akan terus digelontorkan untuk mempertahankan pangsa pasar (Aziliya, 2018). Perusahaan telekomunikasi tentunya membutuhkan banyak dana untuk terus meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasarnya. Hal tersebut berpengaruh dengan bagaimana perusahaan telekomunikasi dalam mengelola dan memenuhi kebutuhan dana.

Menurut Riyanto (2011,p.209) sumber pendanaan atau modal perusahaan diperoleh dari dua sumber yaitu sumber internal dan eksternal. Sumber internal artinya dana yang diperoleh dari hasil kegiatan operasi perusahaan seperti dana jangka panjang perusahaan yaitu saham, laba ditahan serta akumulasi penyusutan. Sedangkan sumber dana ekstern adalah sumber dana yang berasal dari luar perusahaan yang diperoleh dari utang. Apabila perusahaan menggunakan dana eksternal atau utang dalam jumlah besar maka akan meningkatkan biaya utang yang ditanggung oleh perusahaan dan pemegang saham yang dapat mengakibatkan bangkrut. Maka dari itu perusahaan perlu menentukan struktur modal yang digunakan apakah akan dipenuhi dari modal internal atau dari modal eksternal perusahaan.

Halim (2015,p.81) mendefinisikan struktur modal adalah perbandingan antara total utang atau modal asing dengan total modal sendiri. Dimaksudkan bahwa seberapa besar modal sendiri dan hutang yang akan digunakan sehingga dapat optimal. Perusahaan yang memiliki struktur modal optimal akan meningkatkan nilai saham dan menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal pula, sehingga bukan pihak perusahaan saja yang mendapatkan keuntungan akan tetapi pemegang sahampun ikut mendapatkan keuntungan.

Dalam menentukan sebuah struktur modal yang optimal bagi sebuah perusahaan tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Brigham dan Houston (2011,p.188), variabel-variabel yang mempengaruhi struktur modal adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, kendali, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman dan lembaga pemeringkat, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan dan fleksibilitas

perusahaan. Dalam penelitian ini hanya membahas beberapa faktor internal yang mempengaruhi struktur modal yaitu profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Brigham dan Houston (2011,p.188) mengatakan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian atas investasi yang sangat tinggi menggunakan hutang dalam jumlah yang relatif sedikit. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memiliki dana internal berupa laba ditahan lebih banyak dari pada perusahaan dengan profitabilitas rendah sehingga perusahaan akan menggunakan hutang jangka panjang lebih kecil. Hal ini tentunya akan berpengaruh pada struktur modal perusahaan.

Struktur aktiva adalah perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva. Penentuan rasio struktur aktiva untuk menunjukkan berapa proporsi komposisi aktiva tetap terhadap aktiva perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan dengan perbandingan aktiva tetap yang lebih besar akan menggunakan hutang lebih banyak dikarenakan aktiva tetap yang dimiliki dapat digunakan sebagai jaminan hutang (Brigham dan Houston, 2011, p.188). Besar kecilnya rasio struktur aktiva dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan dalam mengambil hutang jangka panjangnya. Hal ini tentunya akan berpengaruh pada struktur modalnya, dimana perusahaan dengan struktur aktiva tinggi akan cenderung meningkatkan hutang dan sebaliknya jika perusahaan dengan struktur aktiva rendah akan menurunkan pengambilan hutangnya

Ukuran perusahaan adalah ukuran suatu besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan sering dijadikan investor sebagai indikator kemungkinan terjadinya kebangkrutan bagi perusahaan, dimana perusahaan dalam ukuran besar lebih dipandang mampu menghadapi krisis dalam menjalankan usahanya. Menurut Riyanto (2011,p.131) ukuran perusahaan yang besar maka semakin memperbanyak alternatif pendanaan yang dapat dipilih dalam meningkatkan labanya. Ukuran perusahaan yang besar akan cenderung menggunakan dana eksternal berupa hutang dalam membiayai kegiatan operasionalnya yang semakin besar pula. Perusahaan yang berukuran besar akan cenderung mempunyai hutang jangka panjang yang lebih besar daripada perusahaan kecil dan akan berdampak dalam penentuan struktur modal.

Menurut Harahap (2008,p.309) pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan penjualan pada periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualannya pesat cenderung lebih banyak menggunakan hutang jangka panjang daripada perusahaan yang tumbuh secara lambat (Brigham dan Weston,2011,p.174). Hal ini tentunya akan berpengaruh pada peningkatan hutang pada struktur modal.

Faktor- faktor yang mempengaruhi struktur modal sangat penting sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan komposisi struktur modal. Oleh karena itu menjadi penting untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut

mempengaruhi struktur modal terutama faktor internal, karena faktor tersebut dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan.

Berbagai penelitian telah dilakukan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal khususnya profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Acaravci (2015) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan sektor manufaktur di Turkish dengan menggunakan variabel bebas yaitu, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, profitabilitas, struktur aktiva dan *non debt tax shield*. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya hubungan yang signifikan dengan arah negatif oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur aktiva. Sedangkan pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan yang signifikan positif terhadap struktur modal. *Non-debt tax shield* tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal.

Pratheepan dan Banda (2016) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal studi pada perusahaan yang terdaftar di *Colombo Stock Exchange* (CSE) di Sri Lanka. Variabel yang digunakan antara lain, ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur aktiva dan *non-debt tax shield*. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan menunjukkan hubungan negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan ukuran perusahaan menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap struktur modal. Variabel struktur aktiva dan *non-debt tax shield* menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal.

Youssef dan El-Ghonamie (2015) melakukan penelitian tentang faktor penentu struktur modal pada perusahaan sektor bahan bangunan dan konstruksi di Mesir. Variabel yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *non debt tax shield*, struktur aktiva dan pertumbuhan perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel profitabilitas berpengaruh negatif dengan rasio hutang. Variabel struktur aktiva menunjukkan berpengaruh positif dengan rasio hutang. Sedangkan ukuran perusahaan, *non debt tax shield*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan perusahaan berhubungan tidak signifikan dengan rasio hutang.

Nofriani (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset dan likuiditas terhadap struktur modal studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Eek Indonesia (BEI) periode 2010-2013. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel bebas profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Sedangkan hasil uji hipotesi secara simultan menunjukkan bahwa , profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan , pertumbuhan aset dan likuiditas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap struktur modal.

Berdasarkan uraian diatas serta banyak penelitian yang telah menganalisis berbagai pengaruh faktor-faktor terhadap struktur modal, akan tetapi hasil dari penelitian-penelitian tersebut belum menunjukkan hasil yang konsisten. Maka penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai hal tersebut dengan mengambil judul “ **Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal (Studi**

Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016) ”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang tersebut dan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat, maka penelitian dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh dari variabel profitabilitas terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016?
2. Apakah terdapat pengaruh dari variabel struktur aktiva terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016?
3. Apakah terdapat pengaruh dari variabel ukuran perusahaan terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016?
4. Apakah terdapat pengaruh dari variabel pertumbuhan penjualan terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel profitabilitas terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel struktur aktiva terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel pertumbuhan penjualan terhadap variabel struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian tahun 2013-2016.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Peneliti memperoleh bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal sehingga dapat memperluas wawasan pemikiran dan pengetahuan tentang apa saja faktor yang mempengaruhi atau tidak mempengaruhi dalam menentukan struktur modal agar mengetahui bagaimana menciptakan struktur modal yang mendekati optimal.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada perusahaan – perusahaan sektor telekomunikasi sebagai masukan yang dapat dijadikan tolak ukur dalam menyusun suatu struktur modal yang

optimal, dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi, landasan, dan bahan pustaka serta dapat memberikan masukan untuk terutama bidang manajemen keuangan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
1.	Kakilli Acaravci (2015)	<i>The Detremnants of Capital Structure: Evidence from the Turkish Manufacturing Sector</i>	Dependen: Struktur Modal Independent: Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, profitabilitas, struktur aktiva dan <i>non debt tax shield</i>	Terdapat hubungan yang signifikan negatif oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur aktiva. Sedangkan pertumbuhan penjualan perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap struktur modal. <i>Non-debt tax shield</i> tidak adanya pengaruh yang signifikan
2.	Tharmalindam Pratheepan & Y.K.Weerakoon Banda (2016)	<i>The determinants of Capital Structure : Evidence from Selected Listed Companies in Sri Lanka</i>	Dependen: Struktur Modal Independent: Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, profitabilitas, struktur aktiva dan <i>non debt tax shield</i>	Variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan perusahaan menunjukkan hubungan negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan ukuran perusahaan menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap struktur modal. Variabel struktur aktiva dan <i>non-debt tax shield</i> tidak terdapat pengaruh signifikan positif terhadap struktur modal.
3.	Amr Youssef & Ayah El-ghonamie 1 (2015)	<i>Factors That Determine Capital Structure in Building Material and Construction Listed Firms :Egypt Case</i>	Dependen: Struktur Modal Independent: Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, profitabilitas, struktur aktiva dan <i>non debt tax shield</i>	Variabel profitabilitas berpengaruh negatif dengan rasio hutang. Variabel struktur aktiva berpengaruh positif dengan rasio hutang. Sedangkan ukuran perusahaan, <i>non debt tax shield</i> , likuiditas dan pertumbuhan penjualan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan dengan rasio hutang.

Tabel 2.1. Lanjutan

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
4.	Irza Nofriani (2015)	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan asset dan likuiditas terhadap struktur modal	Dependent: Struktur Modal Independent: profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan asset dan likuiditas	Variabel Independent profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan asset tidak berpengaruh positif terhadap struktur modal. Sedangkan hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa , profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan , pertumbuhan asset dan likuiditas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap struktur modal

2.2. Profitabilitas

2.2.1. Definisi Profitabilitas

Profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2012,p.146) merupakan sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen asset dan utang pada hasil operasi. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam hal mendapatkan laba dari berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam hal mendapatkan laba dari berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan pada periode tertentu.

Brigham and Houston (2011,p.161) berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung akan menggunakan dana internal dikarenakan tingkat pengembalian yang didapat oleh perusahaan sudah dapat memenuhi kegiatan operasional. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka akan semakin kecil kemungkinan perusahaan dalam menggunakan hutang.

Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan dana internal atau laba ditahan yang berpengaruh pada penentuan struktur modalnya.

2.2.2. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan salah satu alat analisis dari rasio keuangan yang bertujuan untuk melakukan evaluasi bagaimana suatu perusahaan berprestasi dan bagaimana menempatkan posisinya di masa yang akan datang. Menurut Brigham dan Houston (2009,p.107-110) terdapat beberapa rasio dalam rasio profitabilitas yakni:

1. *Net Profit Margin* (NPM) , Merupakan rasio antara laba bersih yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualannya.
2. *Gross Profit Margin* (GPM) merupakan persentase dari laba kotor dengan penjualan. Semakin besar *gross profit margin* maka semakin baik keadaan operasi perusahaan karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualannya relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan penjualan.
3. *Return On Assets* (ROA) merupakan penilaian profitabilitas atas total asset dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan rata-rata total aktiva. ROA menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aktiva baik dari modal sendiri maupun hutang. Semakin tinggi tingkat *Return On Assets* (ROA) maka akan memberikan efek terhadap volume penjualan saham yang berarti tingga rendahnya *Return On Assets* akan mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasi.

4. *Return On Equity (ROE)*, merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. *Return On Equity (ROE)* yang tinggi akan dapat mendorong penerimaan perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif. Hal ini akan mempengaruhi minat para investor untuk melakukan transaksi jual beli saham.

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah rasio *Return On Equity (ROE)* dengan alasan bahwa rasio ini menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang berasal dari modal sendiri sehingga dapat menjadikan gambaran perusahaan yang terkait guna melakukan pengembalian investasi serta laba yang didapatkan untuk perusahaan sendiri.

2.3. Struktur Aktiva

2.3.1. Definisi Struktur Aktiva

Struktur aktiva terdiri dari dua jenis, yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar merupakan aktiva yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi, dan proses perputarannya adalah dalam jangka waktu pendek. Sedangkan aktiva tetap adalah aktiva yang tahan lama yang secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi. Adapun berbagai pengertian struktur aktiva menurut beberapa ahli sebagai berikut:

Menurut Syamsudin (2007p.9), struktur aktiva adalah penentuan seberapa besar alokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva, baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Sedangkan menurut Weston dan Brigham (2005,p.175)

struktur aktiva merupakan perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva. Perusahaan yang mempunyai aktiva yang cocok digunakan untuk jaminan kredit atau hutang akan cenderung menggunakan banyak hutang karena kemudahan dalam memilikinya (Brigham dan Houston,2011,p.188)

2.3.2. Perhitungan Struktur Aktiva

Perhitungan Struktur aktiva diproyeksikan melalui perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva (Weston dan Brigham,2005,p.175). Perhitungan struktur aktiva dapat menentukan besarnya alokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva, dapat diartikan juga sebagai rasio antara aktiva tetap perusahaan dengan total aktiva.

Aktiva tetap merupakan kekayaan perusahaan yang memiliki wujud dan mempunyai manfaat ekonomis lebih dari satu tahun seperti tanah, gedung, mesin dan peralatan, kendaraan dan aktiva tetap lainnya yang kemudian dikurangi dengan akumulasi penyusutan aktiva tetap. Sedangkan total aktiva merupakan penjumlahan antara aktiva lancar dan aktiva tidak lancar.

Aktiva lancar merupakan jenis aktiva yang memiliki manfaat dalam kurun waktu singkat atau kurang dari 1 tahun yang sudah dapat diubah menjadi uang tunai atau kas. Rekening-rekening aktiva lancar antara lain kas, investasi jangka pendek, persediaan, piutang wesel, piutang usaha, dan biaya dibayar dimuka . Sedangkan aktiva tidak lancar merupakan jenis aktiva yang dimiliki perusahaan yang dapat dilihat dan diukur jelas dan bersifat lama atau lebih dari satu tahun. Rekening yang termasuk aktiva tidak lancar antara lain, investasi jangka panjang, aktiva tetap, aktiva tidak tetap, dan aktiva lainnya.

Brigham dan Houston (2011,p.188) menyebutkan bahwa perusahaan yang mempunyai aktiva yang cocok digunakan untuk jaminan kredit atau hutang akan cenderung menggunakan banyak hutang karena kemudahan dalam memilikinya. Hal ini disebabkan karena banyaknya jaminan berupa aktiva tetap yang dimiliki perusahaan sehingga semakin mudah untuk mendapatkan hutang. Investor juga akan lebih mempercayai jika perusahaan mengalami kebangkrutan, maka aktiva tetap yang tersedia dapat digunakan untuk melunasi hutang yang dimiliki perusahaan.

2.4. Ukuran Perusahaan

2.4.1. Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2011,p.131) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2010,p.4) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Besar kecilnya sebuah perusahaan biasanya mempengaruhi penilaian seorang investor untuk menanamkan modalnya atau berinvestasi di perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 kategori yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar. Ukuran perusahaan yang besar akan cenderung menggunakan dana eksternal berupa hutang dalam membiayai kegiatan operasionalnya yang semakin besar pula terutama berkaitan dengan kemampuan dalam memperoleh pinjaman. Menurut Riyanto (2011,p.296) semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memperbanyak pula alternatif pendanaan yang

dapat dipilih dalam meningkatkan labanya sehingga semakin kecil kemungkinan untuk bangkrut dan perusahaan lebih mudah memperoleh pinjaman karena dinilai mampu memenuhi kewajibannya, sehingga dikatakan bahwa perusahaan besar cenderung mempunyai hutang jangka panjang yang lebih besar daripada perusahaan kecil..

2.4.2. Perhitungan Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, total penjualan dan jumlah laba. Semakin besar total aset, penjualan dan jumlah laba akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ketiga variabel tersebut dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar ukuran perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan penelitian ukuran perusahaan menggunakan dari total aset seperti dalam penelitian Nofriani (2015). Total aset dipilih karena nilainya yang lebih stabil dibandingkan total penjualan dan jumlah laba. Perhitungan ukuran perusahaan menggunakan total aset perlu di *Logaritma natural* (\ln) kan karena besarnya total aset yang dimiliki perusahaan berbeda bahkan memiliki selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim.

2.5. Pertumbuhan Penjualan Perusahaan

2.5.1. Definisi Pertumbuhan Penjualan Perusahaan

Setiap perusahaan berusaha mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya, karena pertumbuhan perusahaan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi. Jika perusahaan tidak bertumbuh, besar kemungkinan perusahaan akan mengalami *default* atas utang-utang yang dimilikinya.

Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat berdasarkan pertumbuhan asset dan pertumbuhan penjualan . Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan pertumbuhan penjualan dengan melihat tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun.

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapat perusahaan, dimana setiap perusahaan pasti menginginkan pertumbuhan penjualan yang stabil atau meningkat setiap tahunnya dengan biaya-biaya yang dapat dikendalikan, sehingga laba yang diperoleh akan meningkat. .

Menurut Harahap (2008,p.309) pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Suatu perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung menggunakan hutang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat penjualan rendah (Halim, 2015,p.92). Dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan, maka kebutuhan dana yang digunakan akan semakin meningkat. Hal ini yang akan berdampak dan berpengaruh pada peningkatan hutang pada struktur modal.

2.5.2. Rasio Pertumbuhan Penjualan Perusahaan

Menurut Tambunan (2008,p.155-157) tingkat pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara yaitu:

- a. *Net Income (Loss) Growth Ratio*, rasio ini digunakan untuk mengukur pertumbuhan laba bersih dari tahun ke tahun.
- b. *Total Assset Growth Ratio*, rasio ini digunakan untuk mengukur pertumbuhan total aktiva perusahaan dari tahun ke tahun.

- c. *Net Sales Growth Ratio*, rasio ini digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun.
- d. *Net Worth Growth Rasio*, rasio ini digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekuitas perusahaan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan pernyataan diatas, pertumbuhan penjualan merupakan salah satu indikator penting dari produk atau jasa perusahaan, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan. Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan atau *Net Sales Growth Ratio* diukur berdasarkan perbandingan antara penjualan periode ini (periode n) dikurangi periode sebelumnya (penjualan $n-1$) terhadap penjualan periode sebelumnya (penjualan $n-1$). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Brigham dan Houston (2011,p.174) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang pertumbuhan penjualannya pesat cenderung lebih banyak menggunakan hutang jangka panjang daripada perusahaan yang tumbuh secara lambat.

2.6. Struktur Modal

2.6.1. Definisi Struktur Modal

Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan terutama dengan adanya hutang yang sangat besar akan memberikan beban kepada perusahaan..

Definisi Menurut Riyanto (2011,p.296) struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing atau jangka panjang dengan modal sendiri. Sedangkan struktur modal menurut Abdul Halim (2015) merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing (total utang) dengan modal sendiri/ekuitas. Maka dapat disimpulkan secara garis besar, struktur modal merupakan perimbangan atau bauran antara modal asing dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitasnya.

2.6.1. Teori Struktur Modal

2.6.2.1 Pendekatan Modigliani-Miller (MM)

Model teori Modigliani-Miller (MM) diperkenalkan oleh Franco Modigliani dan Merton Miller. Teori yang sudah dicetuskan sebagai berikut:

a. Teori MM tanpa pajak

Dalam teori MM Mentakan bahwa struktur modal tidak relevan atau tidak mempengaruhi nilai perusahaan. MM mengajukan beberapa asumsi yang membatasi dan dianggap tidak realistis berdasarkan teori ini (Brigham dan Houston, 2011,p.33):

1. Tidak ada *agency cost*
2. Tidak ada pajak
3. Investor dapat berhutang dnegan tingkat suku bunga yang sama dengan perusahaan
4. Seluruh investor memiliki informasi yang sama seperti manajemen tentang peluang investasi perusahaan di masa depan
5. Tidak ada biaya kebangkrutan

b. Teori MM dengan pajak

Menurut Brigham dan Houston (2011,p.34) pada tahun 1963 dikembangkan model MM dengan pajak. MM menyimpulkan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena adanya penghematan pajak. Penghematan ini didapatkan karena penghasilan kena pajak akan berkurang akibat penggunaan hutang, sehingga jumlah pajak yang dibayarkan lebih kecil dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki hutang.

2.6.2.2. Trade off Theory

Menurut Brigham dan Houston (2011,p.36) teori *trade off* adalah dimana perusahaan menukarkan keuntungan pendanaan melalui hutang. Teori ini menjelaskan adanya hubungan antara pajak, risiko, kebangkrutan dan penggunaan hutang yang disebabkan keputusan struktur modal yang diambil oleh perusahaan. MM berpendapat bahwa dalam keadaan pasar sempurna, nilai perusahaan dengan menggunakan hutang sama dengan perusahaan yang tidak menggunakan hutang. Tetapi mereka merevisi kembali hasil temuannya dengan mengatakan bahwa adanya pajak maka hutang akan menjadi relevan. Hal tersebut dikarenakan bunga hutang yang dibayarkan akan mengurangi tingkat penghasilan yang terkena pajak, Sehingga, perusahaan akan mampu meningkatkan nilainya dengan menggunakan hutang. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi tentu akan berusaha mengurangi pajaknya dengan cara meningkatkan rasio hutangnya sehingga tambahan hutang tersebut akan mengurangi pajak tujuannya untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2.6.2.3. Pecking Order Theory

Pecking Order theory pertama kali dikemukakan oleh Myers Majluf (1984). Disebut *teori pecking order* karena teori ini menjelaskan mengapa perusahaan akan menentukan hirarki sumber dana yang paling disukai. Menurut Myers(1984), *pecking order theory* menyatakan bahwa “Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi justru tingkat hutangnya rendah, dikarenakan perusahaan yang profitabilitasnya tinggi memiliki sumber dana internal yang berlimpah”. *Pecking order theory* menurut Hanafi (2008,p.313) adalah teori mengenai urutan preferensi dalam pemanfaatan sumber dana. Urut-urutan tersebut sebagai berikut:

1. Perusahaan memilih pendanaan internal. Dana internal diperoleh dari laba yang dihasilkan dari kegiatan usaha perusahaan
2. Perusahaan mencoba menyesuaikan rasio pembagian deviden yang ditargetkan dengan berusaha menghindari perubahan pembayaran deviden secara tiba-tiba
3. Karena kebijakan deviden yang konstan digabung dengan fluktuasi keuntungan dan kesempatan investasi yang tidak bisa diprediksi akan menyebabkan aliran kas yang diterima oleh perusahaan akan lebih besar. Jika kas tersebut lebih besar, perusahaan akan membayar hutang atau membeli surat berharga. Jika kas tersebut lebih kecil, perusahaan akan menggunakan kas yang dipunyai atau menjual surat berharga.
4. Jika pendanaan eksternal diperlukan, perusahaan akan mengeluarkan surat berharga yang paling aman terlebih dahulu. Perusahaan akan memulai dengan hutang, kemudian surat berharga campuran seperti obligasi konvertibel dan kemudian barangkali saham sebagai pilihan terakhir.

Teori ini menurut Hanafi (2008,p.313) menjelaskan perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi justru mempunyai tingkat utang yang lebih kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak membutuhkan dana eksternal. Tingkat keuntungan yang tinggi menjadikan dana internal mereka cukup untuk memnuhi kebutuhan investasi

2.6.2.4. Signaling Theory

Isyarat atau *signal* menurut Brigham dan Houston (2011,p.38) adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal baru yang diperlukan dengan cara-cara lain, termasuk penggunaan utang yang melebihi target struktur modal yang normal. Pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan merupakan suatu isyarat (*signal*) bahwa manajemen memandang prospek perusahaan suram. Apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru lebih sering dari biasanya, maka harga sahamnya akan menurun karena menerbitkan saham baru berarti memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham sekalipun prospek perusahaan cerah.

2.6.2. Struktur Modal Yang Optimal

Dalam menerbitkan saham baru, perusahaan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Jika menggunakan hutang, perusahaan juga harus memperhitungkan apakah perusahaan akan mampu untuk membayar hutang tersebut dan seberapa banyak hutang yang sebaiknya diambil. Struktur modal yang optimal merupakan

suatu harapan bagi banyak perusahaan, karena struktur modal yang optimal merupakan kombinasi antara utang dan ekuitas dalam memaksimalkan harga saham.

Perusahaan yang memiliki struktur modal yang optimal akan menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal pula sehingga bukan perusahaan yang memperoleh keuntungan, tetapi para pemegang saham pun akan memperoleh keuntungan tersebut.

Menurut Brigham dan Houston (2011,p.155) perusahaan pada umumnya mempelajari situasi, mengambil keputusan tentang struktur yang optimal , dan menentukan suatu sasaran struktur modal, mungkin berupa angka tetap seperti utang 45%. Selanjutnya jika rasio utang aktual dibawah tingkat sasaran, perusahaan akan menghimpun modal dengan menerbitkan hutang, sementara jika rasio hutang diatas sasaran maka yang digunakan adalah ekuitas. Sasaran dapat berubah dari waktu ke waktu seiring dengan perubahan kondisi, tetapi pada suatu waktu, manajemen biasanya memiliki satu struktur fisik yang menjadi acuan.

2.6.3. Perhitungan Struktur Modal

Menurut Kasmir (2012,p.151) analisis stuktur modal dapat dilakukan dengan berbagai ukuran, diantaranya adalah:

1. *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Debt to Assets Ratio (DAR) mengukur seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai dengan utang atau seberapa besar utang berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva dengan menggunakan perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Apabila rasio ini tinggi, berarti pendanaan utang

semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimiliki. Demikian pula, apabila rasionya rendah, maka semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang.

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

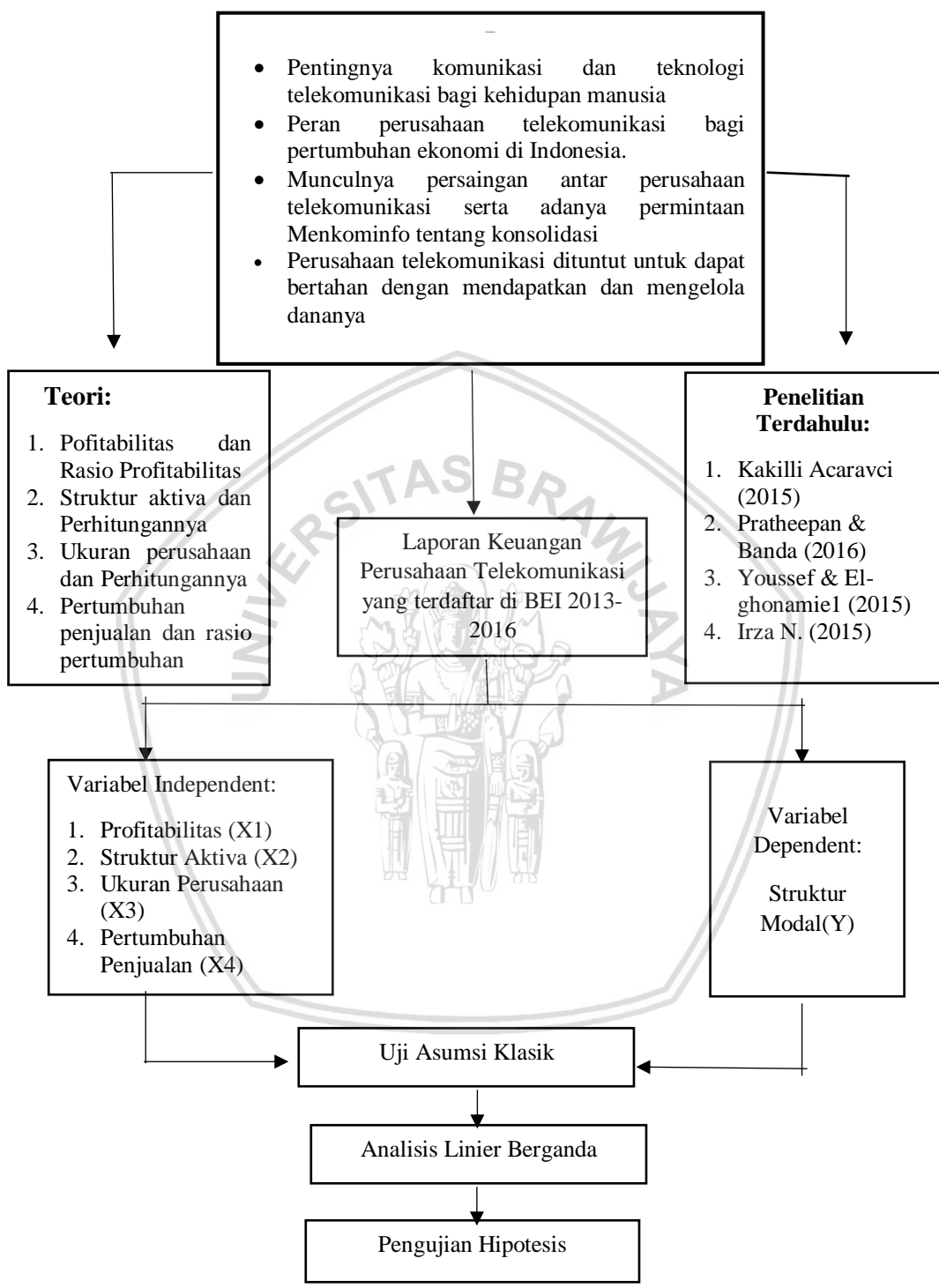
Debt to Equity Ratio (DER), mengukur pertimbangan antara total hutang jangka panjang dengan modal sendiri atau ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam dengan pemilik perusahaan. Semakin besar rasio ini, maka semakin besar pula hutang jangka panjang yang digunakan perusahaan dan akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang terjadi pada perusahaan.

3. *Long term Debt to Equity Ratio* (LDER)

Long term Debt to Equity Ratio (LDER), merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri dengan tujuan untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

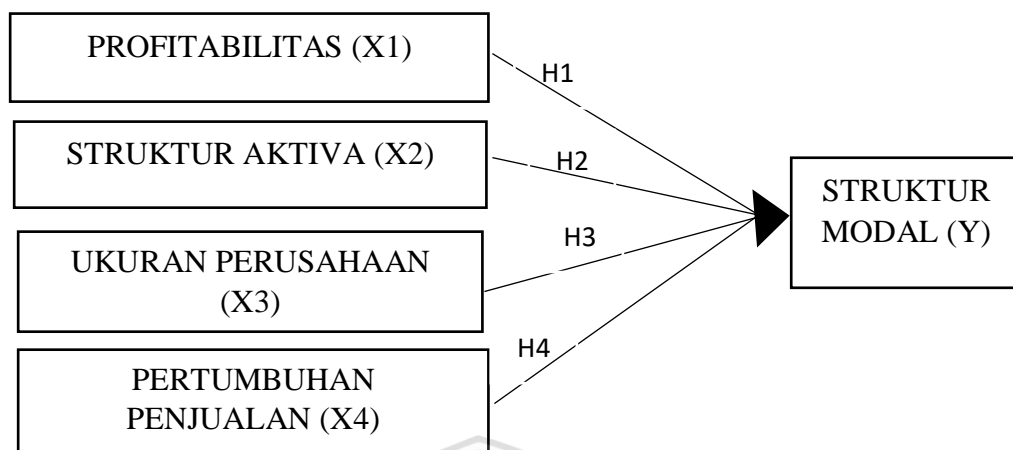
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) yang bertujuan untuk mengetahui jumlah dana yang berasal dari pinjaman atau hutang jangka panjang serta memaksimumkan nilai perusahaan

2.7. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 2.1.
Kerangka Pikir

2.8. Hipotesis Penelitian



Gambar 2.2.
Model Hipotesis

2.8.1. Perumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara atas permasalahan yang sebenarnya yang kebenarannya harus diuji. Menurut Sigiono (2010,p.47) hipotesisi merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikaitkan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dengan pengumpulan data dari laporan.

2.8.1.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam kebijakan struktur modal oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi cenderung menggunakan laba ditahan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan daripada menggunakan hutang. Akan tetapi perusahaan dengan tingkat pengembalian yang rendah cenderung menggunakan hutang yang besar untuk membiayai kegiatannya , sehingga profitabilitas

berpengaruh terhadap struktur modal. Berdasarkan hasil penelitian Nofriani (2016), Acaravci (2015), Pratheepan & Banda (2016), Youssef & El-Ghonamiel (2015) profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap struktur modal

2.8.1.2. Pengaruh Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal

Struktur Aktiva merupakan perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva. Perusahaan yang memiliki aktiva tetap jangka panjang dalam jumlah besar dapat menggunakan hutang dalam jumlah besar pula, hal ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil. Struktur aktiva dapat digunakan sebagai penentu seberapa besar utang jangka panjang yang dapat diambil oleh perusahaan. Besarnya utang jangka panjang yang diambil oleh perusahaan akan berpengaruh pada penentuan besarnya struktur modal. Maka semakin besar struktur aktiva maka semakin besar pula struktur modal perusahaan. Struktur Aktiva menurut penelitian yang dilakukan oleh Youssef & El-ghonamiel (2015) dan Acaravci (2015) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Struktur aktiva mempunyai pengaruh signifikan terhadap struktur modal

2.8.1.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal

Ukuran perusahaan adalah ukuran suatu besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan semakin memperbanyak alternative pendanaan yang dapat dipilih dalam meningkatkan labanya sehingga

semakin kecil kemungkinan untuk bangkrut dan perusahaan besar lebih mudah memperoleh pinjaman karena dinilai mampu memenuhi kewajibannya, sehingga perusahaan besar cenderung mempunyai hutang jangka panjang yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Riyanto,2011,p.296). Hal ini disebabkan kebutuhan dana juga semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan (Nofirani,2016). Penelitian yang berhubungan dengan ukuran perusahaan dan struktur modal telah diteliti oleh Acaravci (2015), dan Pratheepan & Banda (2016) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap struktur modal

2.8.1.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan yang optimal. Suatu perusahaan yang pertumbuhan penjualannya pesat cenderung lebih banyak menggunakan hutang jangka panjang daripada perusahaan yang tumbuh secara lambat (Brigham dan Weston,2011,p.174). Dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan, maka kebutuhan dana yang digunakan akan semakin meningkat . Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan utang yang akan berpengaruh pada struktur modal. Hubungan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal telah diteliti oleh Acaravci (2015), Pratheepan & Banda (2016), dan Youssef & El-ghonamiel

(2015), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap struktur modal.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian *explanatory research* (penelitian penjelasan) . Menurut Sugiyono (2014,p.73) *explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui uji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat mengetahui seberapa besar arah hubungan yang terjadi.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) . Tempat pengambilan data dilakukan di Galeri Investasi yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan alamat Jalan MT. Haryono 165 Malang.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012,p.115) populasi adalah wilayah generalisasi atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012,p.116). Adapun penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Sampling* Jenuh (Sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil, Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

Tabel 3.1.
Daftar Nama Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	BTEL	PT. Bakrie Telekom Tbk
2.	EXCL	PT. XL Axiata Tbk
3.	ISAT	PT. Indosat Tbk
4.	FREN	PT. Smartfren Telecom Tbk
5.	TLKM	PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Sumber:www.idx.co.id,2017

3.4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono,2014,p.137) . Sumber data sekunder digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan dari website resmi BEI yaitu www.idx.co.id

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi . Data tersebut berasal dari pengambilan data sekunder di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan laporan yang dipublikasikan oleh website resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah untuk menjelaskan arti dari variabel yang digunakan maka akan dijelaskan definisi masing-masing variabel penelitian yang digunakan, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen).

Menurut Sugiyono (2014,p.59) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas dan biasanya dinotasikan dengan simbol Y. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya yaitu Struktur modal (Y).

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono,2014, p. 59). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas (X1), Struktur aktiva (X2), Ukuran perusahaan (X3), dan Pertumbuhan penjualan (X4)

3.6.1. Variabel Dependen

Variabel dalam penelitian ini adalah struktur modal. Struktur modal merupakan sumber pendanaan yang terdiri dari modal sendiri dan modal hutang

jangka panjang dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Indikator struktur modal dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang diformulasikan sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Modal sendiri}} \quad (\text{Riyanto, 2008, p. 296})$$

3.6.2. Variabel Independent

a. Profitabilitas (X1)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Formulasinya sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \quad (\text{Brigham dan Houston, 2009, p. 110})$$

b. Struktur Aktiva (X2)

Struktur aktiva adalah besarnya alokasi dana terhadap aktiva tetap. Dalam penelitian ini, formula yang digunakan untuk struktur aktiva adalah sebagai berikut:

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Aktiva tetap}}{\text{Total Aktiva}} \quad (\text{Weston dan Brigham, 2005, p. 175})$$

c. Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset}) \quad (\text{Nofriani,2015})$$

d. Pertumbuhan Penjualan (X4)

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan jumlah penjualan per tahun. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai cerminan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan yang optimal. Dalam penelitian ini formulasi untuk pertumbuhan penjualan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } n - \text{penjualan}(n-1)}{\text{Penjualan } (n-1)} \quad (\text{Tambanun, 2008,p.157})$$

3.7. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012,p.8) kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residu mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah apabila memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2011,p.160) terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah

residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistic.

Pengujian normalitas data dilakukan menggunakan analisis grafik normal probability plot dimana distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal tersebut. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas menggunakan grafik tidak bisa dijadikan sebagai salah satu acuan untuk menguji normalitas, secara visual normal p-plot bisa terlihat memenuhi karakteristik normalitas tetapi secara statistik dapat sebaliknya. Maka dari itu diperlukannya pula pengujian normalitas data analisis statistik yang menggunakan uji statistik nonparametric Kolmogorov-Smirnov (K-S), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai sig, $> 0,05$, berarti data terdistribusi normal
- b. Nilai sig, $< 0,05$, berarti data tidak terdistribusi normal

3.7.1.2. Uji Multikolonearitas

Pengujian multikoleniaritas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolenieritas. Uji multikolonieritas dapat dilihat

dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Tolerance mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolenieritas yang tinggi.

Uji multikolenieritas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF dengan angka 10. Maka ketentuannya sebagai berikut:

- a. Nilai $VIF > 10$, berarti adanya multikolinieritas.
- b. Nilai $VIF < 10$ berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Sedangkan untuk *tolerance* dengan cara membandingkan nilai tolerance dengan angka 0.10. Maka ketentuannya sebagai berikut:

- a. Nilai $tolerance > 0.10$ berarti tidak terjadi multikolenieritas,
- b. Nilai $tolerance < 0.10$ berarti terjadinya multikolenieritas.

3.7.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011,p.64) Uji heterokedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik harus bebas dari heterokedastisitas atau memiliki ragam residual yang relatif sama (homogen)

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi kenormalan residual diantaranya metode scatter plot dan metode glejser. Pengujian yang dilakukan menggunakan metode scarteer plot dengan syarat sebagai berikut:

1. Jika adanya pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Sedangkan cara untuk menguji homoskedastisitas dengan pengujian glejser yaitu melihat pengaruh variabel bebas terhadap absolute dari residualnya, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Bila nilai signifikansi > 0.05 ; ragam residual homogen

Bila nilai signifikansi < 0.05 ; ragam residual tidak homogen

3.7.1.4. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat kolerasi antara residual pada periode t dengan residual periode t-1(sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi. Cara untuk mengetahui ada tidaknya autokolerasi adalah dengan menggunakan metode Durbin Watson (Dw test) dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali,2011,p.53):

1. Apabila nilai dW terletak diantara batas atau *upper bound* (du) dan (4-du), maka koefisien autokolerasi sama dengan nol berarti tidak ada autokolerasi positif.

$$dU < dw < (4 - dU)$$

2. Apabila nilai dW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl), maka koefisien autokolerasi lebih besar dari nol berarti ada autokolerasi positif.

$$dw < dl$$

3. Apabila nilai dW lebih besar daripada batas bawah atau *lower bound* ($4-dl$) maka koefisien autokolerasi lebih kecil dari nol berarti ada autokolerasi negatif.

$$dw > (4-dl)$$

4. Apabila dW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau dW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan

$$dl < dw < dU \text{ atau } (4- dU) < dw < (4-dl)$$

3.7.2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode model analisis regresi berganda. Menurut Kurniawan (2009,p.52) mengemukakan bahwa model regresi linier berganda dapat didefinisikan sebagai pengaruh antara lebih dari dua variabel, dimana terdiri dari dua atau lebih variabel independen atau variabel bebas dan satu variabel dependen atau variabel terikat.

Metode analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen seperti profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dikarenakan variabel independen pada penelitian ini lebih dari satu. Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Dependen)

X(1,2,...) = Variabel bebas (Independen)

a = Nilai konstanta

b(1,2,...) = Nilai koefisien regresi

e = Error

Sumber: Albert Kurniawan (2009,p.52)

Dalam penelitian ini, model regresi linier berganda mengacu pada model Albert Kurniawan diatas ,yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Struktur Modal

α = Konstanta persamaan regresi

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi

X_1 = Profitabilitas

X_2 = Struktur Aktiva

X_3 = Ukuran Perusahaan

X_4 = Pertumbuhan Penjualan

3.7.2.1. Koefisien Detereminasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dependen. Nilai koefisien adalah antara 0 dan 1, apabila R^2 menunjukkan angka kecil maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians variabel dependen terbatas, begitu juga sebaliknya. Nilai yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel bebas dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varians variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dapat dilihat dari nilai *R-Square* (R^2).

3.7.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menguji hipotesisi yang telah dirumuskan dimuka dengan menggunakan alat bantu *Statistics Package for Social Science* (SPSS)

3.7.2.1. Pengujian Hipotesis

a) Uji Hipotesis F

Uji hipotesis f pada dasarnya untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Uji f dikatakan layak dan dapat digunakan apabila terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.. Untuk melakukan pengujian hipotesis f, sebagai berikut:

1. Menghitung Fhitung

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

$k-1$ = Derajat bebas pembilang

$n-k$ = Derajat bebas penyebut

k = Variabel bebas

n = Jumlah sampel

2. Kriteria pengambilan keputusan (α)

Untuk menguji hipotesis F dengan kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikan (α) 5% yaitu:

a. Membandingkan Fhitung dengan Ftabel dengan kriteria:

Fhitung < Ftabel, maka terdapat pengaruh signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat

Fhitung > Ftabel maka terdapat pengaruh tidak signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat

b. Membandingkan probabilitas signifikannya dengan kriteria:

Probabilitas Sig. < 0.05, maka terdapat pengaruh signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Probabilitas Sig. > 0.05, maka terdapat pengaruh tidak signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Uji Hipotesis t

Uji hipotesis t pada dasarnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk melakukan uji t sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- b. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic t dengan kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikan (α) 5% atau 0.05

2. Membandingkan probabilitas signifikansinya

- a. Probabilitas Sig $> 0,05$, maka terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- b. Probabilitas Sig $< 0,05$, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Obyek penelitian pada penelitian ini terdiri dari 5 perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016, antara lain :

4.1.1. PT. Bakrie Telecom Tbk

PT.Bakrie Telecom adalah penyedia jaringan telekomunikasi nirkabel tetap melalui layanan mobalitas *FWA Limited* ,melalui produk seperti Asia, EsiaTel, dan Wimode. PT. Bakrie Telecom atau biasa disebut dengan BTel telah mengembangkan bisnis dan organisasinya dengan menawarkan produk yang lebih baik dengan harga murah untuk semua pelanggan melalui strategi inovasi yang berfokus pada palanggan.

Pada bulan Agustus tahun 1993, perusahaan ini dikenal dengan nama PT. Radio Telepon Indonesia (Ratelindo), sebagai anak perusahaan PT. Bakrie&Brother Tbk yang bergerak dalam bidang telekomunikasi di DKI Jakarta, Banten dan Jawa Barat berbasis *Extended Time Division Multiple Access* (ETDMA)

Sejalan dengan kemajuan teknologi, pada bulan September 2003, PT. Radio Telepon Indonesia (Ratelindo) berubah nama menjadi PT. Bakrie Telecom yang kemudian bermigrasi ke CDMA 200-1x dan mulai meluncurkan produk Asia yang tidak hanya dinikmati di wilayah Jakarata, Banten dan Jawa Barat saja, akan tetapi

telah menjangkau 26 kota pada tahun 2007 dan terus berkemabang ke kota-kota lainnya.

PT. Bakrie Telecom menjadi perusahaan publik dengan mendaftarkan sahamnya dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006. Setelah mendapatkan lisensi untuk menyediakan layanan Telekomunikasi nirkabel tidak bergerak nasional, BTel mulai mengembangkan bisnisnya secara nasional pada tahun 2007. Saat ini, Btel telah mengakuisisi lebih dari 8 juta pelanggan di 64 kota di seluruh Indonesia.

4.1.2. PT. XL Axiata Tbk

PT. XL Axiata telah beroperasi selama lebih dari 17 tahun di pasar Indonesia. PT. XL Axiata merupakan salah satu penyedia layanan seluler terkemuka di Indonesia. PT. XL Axiata mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996.

PT. XL Axiata memulai usaha sebagai perusahaan dagang dan jasa umum pada Oktober 1989 dengan nama PT. Grahametropolitan Lestari. Tahun 1995, seiring dengan kerjasama antara Rajawali Group selaku pemegang saham dari PT. Grahametropolitan Lestari mengubah nama menjadi PT. Excelcomindo Pratama atau disingkat XL dengan kegiatan utama usahanya sebagai penyelenggara jasa telepon . Sehingga XL mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1996 dengan menyediakan jasa telepon seluler menggunakan teknologi GSM 900 dan 1800.

Pada September 2005, XL resmi menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pada saat itu, XL merupakan anak perusahaan Indocel Holding Sdn. Bhd., yang sekarang dikenal sebagai Axiata Investments (Indonesia)

Sdn. Bhd., yang seluruh sahamnya dimiliki oleh TM International Sdn. Bhd. (TMI) melalui TM International (L) Limited. Pada tahun 2009, TMI berganti nama menjadi Axiata Group Berhad (Axiata) dan di tahun yang sama PT Excelcomindo Pratama Tbk. berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi. Saat ini, mayoritas saham XL dimiliki oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) sebesar 66,4 % dan sisanya dipegang oleh publik sebesar 33,6 %.

Seiring dengan perkembangan jaman, upaya yang dilakukan XL Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia adalah dengan memberikan kualitas pelayanan dan produk serta , melalui perluasan jangkauan jaringan dan layanan di seluruh Indonesia. XL Axiata terus berupaya memberikan kualitas layanan dan produk kepada konsumen serta pembangunan dan peningkatan kualitas jaringan di Indonesia. Total BTS XL Axiata tahun 2016 sebanyak 84.000 BTS dengan 8200 BTS 4G dan layanan di 100 kota dan area di seluruh Indonesia. XL Axiata juga menyediakan layanan bagi pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis untuk pelanggan korporat. Layanan-layanan ini meliputi Data, Voice, SMS dan layanan bernilai tambah digital. XL Axiata mengoperasikan jaringan pada teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT-2000/3G.

4.1.3. PT. Indosat Tbk

PT. Indosat didirikan oleh Pemerintah pada tanggal 10 November 1967 sebagai perusahaan penanaman modal asing pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit Internasional. Pada tahun 1994, Indosat Menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

dan New York *Stock Exchange*, dimana pemerintah Indonesia memiliki saham sebesar 65% dan sisanya dimiliki oleh publik sebesar 35% .

Pengenalan UU Pemerintah tahun 2000 tentang Telekomunikasi yang mendorong liberalisasi industri, langsung mempengaruhi bisnis Indosat . Sebagai bagian dari insiatif Pemerintah untuk merestrukturisasi industri Telekomunikasi, Indosat mengadakan suatu perjanjian dengan Telkom untuk menghilangkan *cross share holdings* Indosat masing-masing di beberapa anak perusahaan. Setelah diadakannya perjanjian dengan Telkom, Indosat mengakuisisi kepemilikan efektif 45,0% di Satelindo melalui pembelian PT. Bimagraha Telekomindo untuk memperkuat struktur permodalannya. Pada tahun 2003, Indosat bergabung dengan Satelind, IM3 dan Bimagraha sehingga semua aktiva dan kewajiban anak perusahaan warisan dialihkan kepada Indosat . Saat memasuki pasar seluler Indonesia melalui pembelian Stelindo dan IM3, jasa seluler telah menjadi kontribusi besar bagi pendapatan usah Indosat.

Pada tahun 2008 Qatar Telecom Qtel membeli saham seri B sebanyak 24,19% dari public sehingga menjadi pemegang saham mayoritas indosat dengan kepemilikan sebesar 65%. Selanjutnya Indosat dimiliki oleh Qatar Telecom (Qtel) Q.S.C. (Qtel) atas nama Ooredoo Asia Pte. Ltd. (dahulu Qtel Asia Pte. Ltd. (65%), pemerintah Indonesia (14,29%) dan publik (20,71%). Indosat memperoleh lisensi tambahan frekuensi 3G dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, dan anak perusahaan, IM2, memenangkan tender untuk lisensi WiMAX yang diadakan pemerintah.

PT. Indosat memulai transformasi menyeluruh untuk menjadi perusahaan yang lebih focus dan efisien melalui restrukturisasi organisasi, modernisasi dan ekspansi jaringan seluler serta inisiatif dalam mencapai keunggulan operasional. Sehingga pada tahun 2012 Indosat maju sebagai organisasi yang berfokus pada pelanggan yang mencapai 58,5 juta pelanggan didukung oleh peningkatan jaringan serta inovasi produk yang terus berkelanjutan. Pada tahun 2015, Indosat berubah nama menjadi Indosat Ooredoo.

4.1.4. PT. Smartfren Telecom Tbk

PT. Smartfren Telecom mulai beroperasi di Indonesia sejak tahun 2011. PT. Smartfren Telecom merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terdepan di Indonesia untuk segmen ritel dan korporat. Pada tahun 2015 Smartfren berinovasi dengan meluncurkan layanan 4G LTE Advanced pertama di Indonesia sekaligus menjadi operator 4G terdepan yang memiliki jangkauan 4G LTE terluas di Indonesia saat ini.

Pada awal tahun 2016 Smartfren kembali meluncurkan atau menyediakan layanan Voice over LTE (VoLTE secara komersial) pertama di Indonesia. Hal tersebut menjadikan Smartfren sebagai perusahaan telekomunikasi yang memiliki jaringan 4G LTE Advanced terluas di Indonesia.

Saat ini, PT. Smartfren Telecom memiliki jumlah pelanggan yang tidak terlalu tinggi. Pada tahun 2014 jumlah pelanggan Smartfren sebesar 11.9 miliar, meningkat hanya 1% dibanding tahun sebelumnya sebesar 11.3 miliar. Sedangkan pada tahun 2015 PT. Smartfren mengalami penurunan jumlah pelanggan menjadi 11 miliar. Akan tetapi pendapatan usaha yang diterima oleh Smartfren mengalami

peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2013 pendapatan yang diterima sebesar 2,429 miliar, pada tahun 2014 naik menjadi 2,954 miliar dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan pula sebesar 3,026 miliar.

Smartfren akan berfokus kepada layanan data di masa mendatang, di mana implementasi teknologi terbaru akan terus dikembangkan demi kepuasan pelanggan di seluruh wilayah Indonesia. Smartfren mempercayai bahwa kualitas layanan Data yang cepat dan stabil menjadi syarat utama untuk menjawab tantangan dalam bertransformasi di dunia digital ke depannya.

Seiring dengan komitmen Smartfren untuk menghadirkan layanan data terbaik kepada pelanggan, Smartfren telah mewujudkannya dengan penerapan teknologi terbaru yaitu 4G LTE sejak bulan Agustus 2015. Di tahun 2016, Smartfren terus mengembangkan layanan 4G LTE sehingga bertransformasi menjadi layanan yang mendukung gaya hidup masyarakat aktif dan modern yang semakin eksis dalam ekosistem digital saat ini. Jaringan 4G LTE Smartfren tanpa batas yang tersebar luas di wilayah Indonesia telah menjadi jembatan pemersatu untuk menopang kemajuan masyarakat yang modern, mobile dan dinamis di seluruh aktivitas, baik untuk video streaming atau chatting dengan teman, e-shopping, bersosial media, maupun aktivitas bisnis dengan rekan kerja.

4.1.5. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia menyediakan layanan InfoComm, telepon kabel

(wireless), layanan telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan. PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu perusahaan BUMN yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham Telkom mayoritas adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan New York *Stock Exchange* (NYSE) dengan kode "TLK".

Saat ini PT. Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Hal ini ditandai dengan kepemilikan 12 anak perusahaan yang tergabung dalam Telkom Group sebagai penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara besar di seluruh pelosok Indonesia. Kebesaran PT. Telekomunikasi juga ditandai dengan adanya peningkatan pendapatan pada tahun 2016 sebesar 116,3 triliun dibanding tahun sebelumnya. Sementara EBITDA tumbuh sebesar 15,7% menjadi 59,5 triliun dan Laba bersih tercatat sebesar 19.4 triliun atau tumbuh sebesar 24,9% dibandingkan laba bersih pada tahun sebelumnya. Disisi lain Telkomsel meraih akumulasi pelanggan fixed broadband sebanyak 4,3 juta pelanggan pada akhir tahun 2016. Sementara pada unit usaha seluler, jumlah pelanggan Telkomsel pada tahun 2016 tumbuh sebesar 13,9% menjadi 173,9 juta pelanggan yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia.

Kegiatan usaha yang dilakukan Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi legacy yang sudah ada sebelumnya. Saat ini, Telkom

mengelola 6 produk portofolio antara lain *mobile, fixed, wholesale & International, Network Infrastructur, Enterprise Digital*, dan *Consumer Digital* yang melayani empat segmen konsumen yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Upaya PT. Telkom dilakukan guna bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom menjadi lebih ramping dan lincah dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1. Struktur Modal (Y)

Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan. Struktur modal merupakan perimbangan atau bauran antara modal asing dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitasnya. Struktur modal dapat dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu dengan membandingkan total hutang jangka panjang dan modal sendiri. Berikut rata-rata perusahaan sampel selama periode penelitian yaitu:

Tabel 4.1**Struktur Modal Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016 (%)**

No	Nama Perusahaan	Struktur Modal				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
1	BTEL	-488.92	-142.26	58.14	52.36	-130.17*
2	EXCL	111.41	246.03	205.83	90.57	163.46
3	ISAT	148.38	126.17	166.41	123.97	141.23
4	FREN	238.59	183.61	141.61	201.28	191.27
5	TLKM	28.53	26.69	39.96	32.50	31.92
Rata-Rata		7.60	88.05	122.39	100.14	79.54
Maximum		238.59	246.03	205.83	201.28	191.27
Minimum		-488.92	-142.26	39.96	32.50	-130.17

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1. dapat diketahui bahwa secara umum rata-rata struktur modal perusahaan telekomunikasi periode 2013-2016 adalah 79.54%. Nilai rata-rata struktur modal tertinggi dimiliki oleh PT. Smartfren Tbk sebesar 191.27%, sedangkan nilai terendahnya dimiliki oleh PT. Bakrie Telecom Tbk sebesar -130.17%.

Perusahaan yang memiliki nilai struktur modal diatas rata-rata antara lain, PT. XL Axiata Tbk sebesar 163.46% , PT. Indosat Tbk sebesar 141.23% dan PT. Smartfren Tbk sebesar 191.47% dan PT. Bakrie Telecom Tbk sebesar -130.17%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan nilai struktur modal diatas rata-rata memiliki hutang jangka panjang lebih besar dibandingkan ekuitasnya. Sedangkan nilai struktur modal dibawah rata-rata dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia sebesar 31.92%, yang menunjukkan bahwa hutang jangka panjang yang dimiliki perusahaan lebih kecil daripada ekuitasnya.

Semakin tingginya hutang jangka panjang maka beban bunga yang menjadi pengurang laba perusahaan juga akan semakin meningkat. Perusahaan patut berhati-hati terhadap kebijakan struktur modal yang akan diambil pada tahun mendatang.

*Perusahaan dengan nilai rata-rata terendah dimiliki oleh PT. Bakrie Telecom Tbk sebesar -130.17%. Meski secara angka PT. Bakrie Telecom memiliki nilai terendah tidak berarti perusahaan tersebut memiliki hutang jangka panjang rendah dibanding ekuitasnya. PT. Bakrie Telecom memiliki hutang jangka panjang yang tinggi dibandingkan dengan ekuitasnya. Nilai negatif yang didapat dikarenakan pada tahun 2013 dan 2014, PT. Bakrie Telecom memiliki ekuitasnya negatif atau defisiensi modal sehingga dapat diartikan bahwa proporsi penggunaan hutang jangka panjang yang dimiliki perusahaan juga tinggi dengan defisiensi modal.

4.2.2. Profitabilitas (X1)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dalam penelitian ini, perhitungan profitabilitas diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE) yaitu dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dan modal sendiri. Semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) pada sebuah perusahaan semakin baik pula laba yang dihasilkan perusahaan untuk pemegang saham.

Tabel 4.2

Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi tahun 2013-2016(%)

No	Nama Perusahaan	Profitabilitas				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
1	BTEL	262.59	74.03	69.02	9.96	103.90*

Tabel 4.2. Lanjutan

No	Nama Perusahaan	Profitabilitas				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
2	EXCL	6.75	-6.38	0.18	1.77	0.58
3	ISAT	-16.14	-13.09	8.77	9.00	-7.25
4	FREN	83.10	34.81	-22.86	-33.64	15.35
5	TLKM	26.21	24.90	24.96	27.64	25.93
Rata-Rata		72.50	22.85	12.51	2.95	27.70
Maximum		262.59	74.03	69.02	27.64	25.93
Minimum		-16.14	-6.38	0.18	1.77	103.90 *

Sumber: Data diolah, 2017

Return On Equity (ROE) menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bagi pemegang saham. Dari Tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa rata rata tingkat profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi tahun 2013-2016 adalah 27.70% sedangkan nilai rata-rata profitabilitas semua perusahaan telekomunikasi berada dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan perusahaan dalam mendapatkan profitabilitas untuk pemegang saham. Perusahaan dengan nilai profitabilitas dibawah rata-rata dikarenakan pada tahun tertentu perusahaan mendapatkan rugi sehingga laba bersih setelah pajak bernilai negatif.

Rata-rata tingkat profitabilitas tertinggi dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia sebesar 25.93%. PT. Telekomunikasi merupakan perusahaan telekomunikasi dengan pelanggan terbanyak di Indonesia khususnya provider telepon seluler. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya peningkatan laba bersih setelah pajak PT. Telekomunikasi Indonesia yang meningkat tiap tahunnya.

Sehingga dikatakan PT. Telekomunikasi Indonesia memiliki kemampuan yang meningkat tiap tahunnya untuk memperoleh laba bagi pemegang sahamnya.

*Nilai rata-rata profitabilitas yang dimiliki oleh PT. Bakrie Telecom tahun 2013-2016 jika dilihat dari angka yaitu sebesar 103.90% yang merupakan nilai profitabilitas terbesar diantara perusahaan lainnya, akan tetapi angka tersebut didapat dari perbandingan laba negatif atau rugi yang didapat dengan ekuitas negatif sehingga menghasilkan profitabilitas positif yang tinggi. Ekuitas yang negatif atau defisiensi modal setiap tahunnya disebabkan oleh penurunan nilai asset tetap, beban keuangan dan kerugian usaha dari tahun-tahun sebelumnya, sehingga dapat dikatakan bahwa PT. Bakrie Telecom memiliki nilai profitabilitas terendah.

4.2.3. Struktur Aktiva (X2)

Struktur aktiva merupakan perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva yang menunjukkan seberapa besar asset perusahaan yang digunakan sebagai jaminan untuk mendapatkan pinjaman. Penggunaan rasio aktiva tetap terhadap total aktiva dikarenakan aktiva tetap memberikan gambaran mengenai jaminan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutangnya. Perusahaan dengan struktur aktiva tinggi cenderung akan memilih menggunakan dana dari pihak luar atau hutang untuk mendanai kebutuhan modalnya. Sedangkan perusahaan yang berukuran besar memiliki kemampuan dan fleksibilitas yang lebih untuk mengakses sumber dana eksternal sehingga cenderung meningkatkan hutang. Hal tersebut dikarenakan aktiva tetap yang dimiliki perusahaan dapat dijadikan sebagai jaminan hutang perusahaan.

Tabel 4.3**Struktur Aktiva Pada Perusahaan Telekomunikasi tahun 2013-2016(%)**

No	Nama Perusahaan	Struktur Aktiva				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
1	BTEL	94.89	98.03	97.35	97.23	96.87
2	EXCL	85.49	79.11	82.75	87.60	83.74
3	ISAT	86.85	83.87	82.09	84.12	84.23
4	FREN	87.30	88.61	89.34	89.83	88.77
5	TLKM	74.15	76.04	71.17	73.44	73.70
Rata-Rata		85.74	85.13	84.54	72.04	81.86
Maximum		94.89	98.03	97.35	97.23	96.87
Minimum		74.15	76.04	71.17	73.44	73.70

Sumber: Data diolah, 2017

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa secara umum struktur aktiva pada perusahaan telekomunikasi tahun 2013-2016 sebesar 81.86%. Hal ini menandakan bahwa rata-rata proporsi aktiva tetap yang dimiliki melebihi 50% dari seluruh total aktiva yang dimiliki perusahaan yaitu sebesar 81.86%. Perusahaan yang memiliki nilai struktur aktiva diatas rata-rata antara lain, PT. Bakrie Telecom, PT. XL Axiata, PT. Indosat Tbk dan PT. Smartfren Tbk. Sedangkan perusahaan dengan nilai struktur aktiva dibawah rata-rata yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Perusahaan dengan nilai rata-rata struktur aktiva tertinggi adalah PT. Bakrie Telecom Tbk sebesar 96.87% yang menunjukkan bahwa jumlah total aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan ialah sebesar 96.87% dari seluruh total aktiva yang dimiliki. Sedangkan nilai rata-rata struktur aktiva terendah dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk sebesar 73.70% yang menunjukkan bahwa jumlah

aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan sebesar 73.70% dari seluruh total aktiva yang dimiliki. Perusahaan dengan nilai aktiva tetap diatas rata-rata dapat dikatakan memiliki kecukupan untuk menjadikan aktivanya sebagai jaminan dalam memperoleh hutang jangka panjang.

4.2.4. Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dalam Logaritma natural (Ln) dari total aktiva.

Tabel 4.4
Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi tahun 2013-2016

No	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
1	BTEL	29.84	29.66	14.70	14.27	22.12
2	EXCL	17.51	17.97	17.89	17.82	17.80
3	ISAT	17.81	17.79	17.83	17.74	17.79
4	FREN	30.40	30.51	30.66	30.76	30.58
5	TLKM	11.76	11.86	12.02	12.10	11.93
Rata-Rata		24.23	21.56	18.62	18.54	20.74
Maximum		30.40	30.51	30.66	30.76	30.58
Minimum		11.76	11.86	12.02	12.10	11.93

Sumber: Data diolah, 2017

Dapat diketahui dari tabel 4.4. bahwa rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan telekomunikasi tahun 2013-2016 adalah 20.74, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata ukuran perusahaan telekomunikasi sebesar 20.74. Terdapat 3 perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan dibawah rata rata, yaitu PT. XL

Axiata Tbk, PT. Indosat Tbk dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan diatas rata-rata yaitu PT. Bakrie Telecom dan PT. Smartfren Tbk.

Sepanjang tahun 2013 hingga 2016, PT. Smartfren Tbk memiliki nilai ukuran perusahaan tertinggi dibandingkan dengan nilai ukuran perusahaan lainnya. Sedangkan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk sebesar 11.93%. Meski PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. memiliki nilai rata-rata terendah, akan tetapi tahun 2013 sampai tahun 2016 nilai ukuran perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk terus mengalami peningkatan yang menandakan bahwa adanya peningkatan total asset yang dimiliki oleh perusahaan setiap tahunnya.

4.2.5. Pertumbuhan Penjualan (X4)

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan jumlah penjualan per tahun. Pertumbuhan penjualan diukur berdasarkan perbandingan antara penjualan periode ini (periode n) dikurangi periode sebelumnya (penjualan n-1) terhadap penjualan periode sebelumnya (penjualan n-1). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

Tabel 4.5

Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Telekomunikasi tahun 2013-2016 (%)

No	Nama Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
1	BTEL	-9.03	-40.29	-62.66	-73.03	-46.25
2	EXCL	1.41	10.32	2.49	6.71	0.63

Tabel 4.5. Lanjutan

No	Nama Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan				Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	
3	ISAT	6.41	0.96	11.14	9.03	6.88
4	FREN	47.28	21.64	2.41	20.21	22.89
5	TLKM	7.55	8.11	14.24	13.53	10.86
Rata-Rata		10.72	-0.15	-7.47	-7.39	-1.00
Maximum		47.28	21.64	14.24	20.21	25.84
Minimum		-9.03	-40.29	-62.66	-73.03	-46.14

Sumber: Data Diolah, 2017

Dari tabel 4.5 dapat diketahui rata rata pertumbuhan penjualan pada perusahaan telekomunikasi tahun 2013 sampai 2016 sebesar -1.00%. yang menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaan telekomunikasi mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan dibawah rata rata adalah PT. Bakrie Telecom Tbk sebesar 46.25% . Sedangkan perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan diatas rata-rata adalah PT. XL Axiata, PT. Smartfren Tbk, PT. Indosat Tbk dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

PT. Bakrie Telecom merupakan salah satu perusahaan yang memiliki tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan terendah diantara ke 4 perusahaan telekomunikasi lainnya, hal ini disebabkan besarnya jumlah penjualan yang terus mengalami penurunan pada periode sebelumnya hingga menghasilkan pertumbuhan penjualan negatif pada tahun 2013 hingga 2016.

Perusahaan yang memiliki rata-rata tingkat pertumbuhan penjualan tertinggi adalah PT. Smartfren Tbk sebesar 22.89 dikarenakan pada tahun 2013 tingkat

pertumbuhan penjualan mencapai 47.28% meski telah mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015 dan meningkat kembali pada tahun 2016 sebesar 20.21% dari tahun sebelumnya.

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Hasil Uji Normalitas

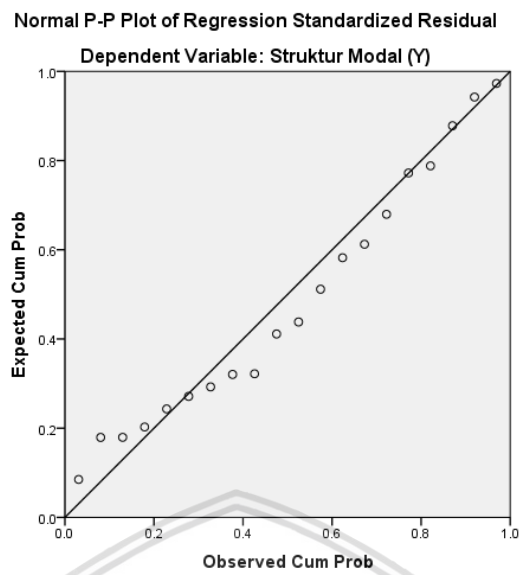
Menurut Ghozali (2011,p.160) menyebutkan bahwa normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran dua (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram residualnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Uji normalitas residual dengan grafik tidak bisa dijadikan satu satunya acuan untuk menguji normalitas, secara visual normal p-plot bisa terlihat memnuhi karakteristik normalitas tetapi secara statistik bisa sebaliknya. Oleh Karena itu dilakukan uji analisis statistik menggunakan uji Kolmogorov –Smirnov(K-S).

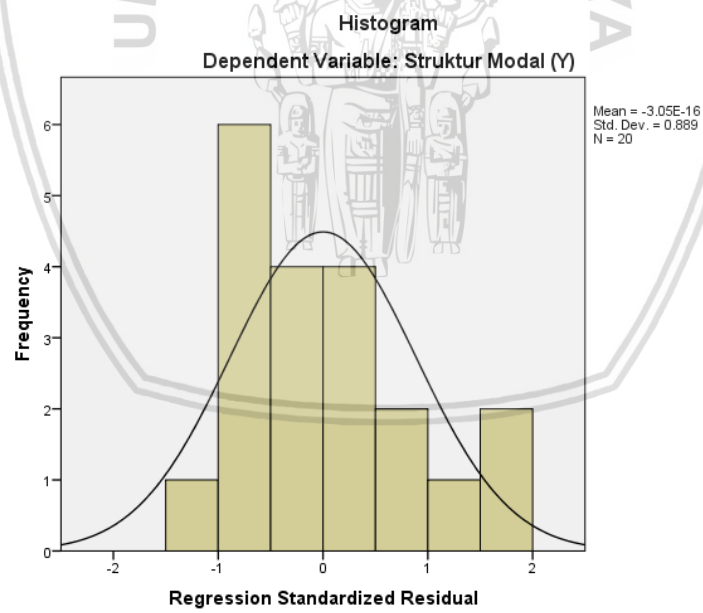
Hipotesis yang digunakan dalam pengujian adalah:

Jika nilai $\text{sig.} > 0.05$ maka data berdistribusi normal

Jika nilai $\text{sig.} < 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal



Gambar 4.1. Normal P-P plot.



Gambar 4.2. Histogram

Tabel 4.6.
Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandar dized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	70.61384
Most Extreme Differences	Absolute	.149
	Positive	.149
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.665
Asymp. Sig. (2-tailed)		.769

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan histogram pada gambar 4.1 menunjukkan adanya data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya yang menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar 4.2. menunjukkan bahwa diagram batang mengikuti kurva normal yang terbentuk dari grafik P-P plot dan dari tabel 4.6 diatas, didapatkan nilai signifikansi dari pengujian one sample *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.769 lebih besar dari α (0.05). Berdasarkan ketiga pengujian tersebut artinya sebaran residual berdistribusi normal.

4.3.2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Salah satu metode yang digunakan dalam menguji ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai $VIF >$

10 maka menunjukkan adanya multikolonieritas. Dan apabila sebaliknya $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan pada nilai tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolenieritas. Nilai tolerance < 0.10 maka terjadi multikolenieritas.

Tabel 4.7.
Uji Multikolinieritas dengan VIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-498.912	315.653		-1.581	.135		
ROE (X1)	-2.180	.319	-.832	-6.835	.000	.855	1.170
Struktur aktiva (X2)	8.801	4.353	.433	2.022	.061	.276	3.629
Ukuran perusahaan (X3)	-5.052	4.077	-.221	-1.239	.234	.400	2.502
Pertumbuhan penjualan (X4)	3.195	1.141	.554	2.799	.013	.323	3.094

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas didapatkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel bebas kurang dari 10 dengan nilai *tolerance* lebih dari 0.1, yang artinya antar variabel bebas tidak terdapat korelasi yang cukup kuat atau tidak terdapat multikolinieritas

4.3.3. Hasil Uji Heterokedastisitas

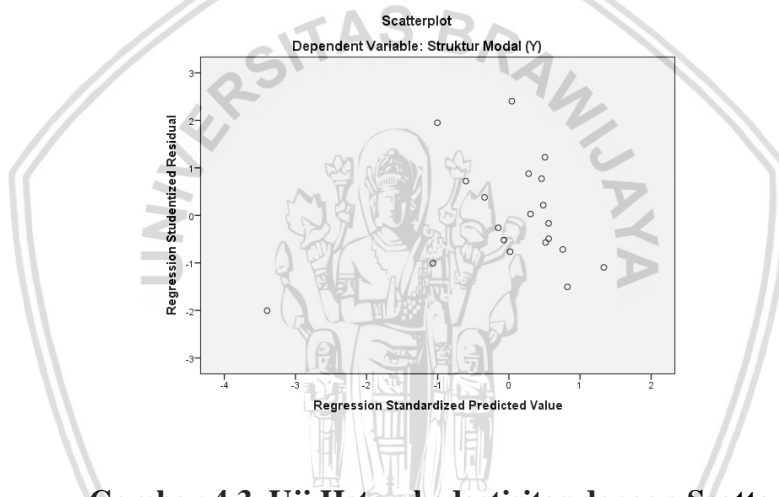
Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari heterokedastisitas atau memiliki ragam residual relatif sama (bersifat homogen). Metode yang digunakan untuk mendeteksi kenormalan residual yaitu scateer plot dan glejser.

Pada metode scateer plot, jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka

mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan, jika tidak ada pola yang jelas, atau titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan cara untuk menguji homoskedastisitas dengan metode glejser yaitu melihat pengaruh variabel bebas terhadap absolute dari residualnya, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Bila nilai signifikansi > 0.05 , ragam residual homogen

Bila nilai signifikansi < 0.05 , ragam residual tidak homogen



Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot

Tabel 4.8.

Uji Heterokedastisitas dengan Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-197.980	151.104		-1.310	.210
ROE (X1)	.108	.153	.170	.706	.491
Struktur aktiva (X2)	3.085	2.084	.627	1.480	.159
Ukuran perusahaan (X3)	-.569	1.952	-.103	-.292	.775
Pertumbuhan penjualan (X4)	.694	.546	.497	1.271	.223

a. Dependent Variable: abs

Dari hasil *scatterplot* pada gambar 4.3 diatas, terlihat titik-titik tersebar secara acak atau tak berpola baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan dari hasil pengujian dengan uji glejser pada tabel 4.8, didapatkan bahwa nilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel terhadap absolute residualnya lebih besar dari α (0.05), yang artinya bahwa ragam residual homogeny.

4.3.4. Hasil Uji Autokorelasi

Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, digunakan statistik uji Durbin-Watson. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai hitung Durbin Watson dengan nilai tabel Durbin Watson (d_L dan d_U).

Pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mendapatkan nilai d_L dan d_U pada tabel Durbin Watson untuk nilai $k = 4$ dan $n = 20$. Selanjutnya dibuat daerah keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.9.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 ^a	.810	.759	79.47325	1.849

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3), Struktur aktiva (X2)

b. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Tabel 4.10.

Perhitungan Durbin Watson

d_L	d_U	DW	$4-d_U$	$4-d_L$
0.894	1.828	1.849	2.172	3.106

Dilihat dari durbin Watson pada tabel 4.10 diatas, karena nilai dw terletak diantara dU dan 4-dU, maka dikatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi antar residual.

4.4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ini berguna untuk mendapatkan pengaruh variabel-variabel bebas profitabilitas (X1), struktur aktiva (X2), ukuran perusahaan (X3), dan pertumbuhan penjualan (X4) terhadap variabel Y (Struktur modal). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SPSS 21 didapatkan hasil seperti berikut:

Tabel 4.11.
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-498.912	315.653		-1.581	.135		
ROE (X1)	-2.180	.319	-.832	-6.835	.000	.855	1.170
Struktur aktiva (X2)	8.801	4.353	.433	2.022	.061	.276	3.629
Ukuran perusahaan (X3)	-5.052	4.077	-.221	-1.239	.234	.400	2.502
Pertumbuhan penjualan (X4)	3.195	1.141	.554	2.799	.013	.323	3.094

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Berdasarkan tabel 5 di atas, diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = -498.912 - 2.180 X_1 + 8.801 X_2 - 5.502 X_3 + 3.195 X_4 + e_i$$

Dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -498.912 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel bebas atau semua variabel independent bernilai nol, maka total struktur modal oleh perusahaan telekomunikasi adalah sebesar -498.912
2. Profitabilitas (X_1) memiliki nilai sebesar -2.180. Struktur modal akan meningkat untuk setiap tambahan 1 satuan X_1 (Profitabilitas). Jadi apabila profitabilitas mengalami peningkatan, maka struktur modal akan menurun sebesar -2.180 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan
3. Struktur Aktiva (X_3) memiliki nilai sebesar 8.801. Struktur modal akan meningkat untuk setiap tambahan 1 satuan X_2 (Struktur Aktiva) . Jadi apabila struktur aktiva mengalami peningkatan, maka struktur modal akan meningkat sebesar 8.801 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
4. Ukuran Perusahaan memiliki nilai sebesar -5.502. Struktur modal akan meningkat untuk setiap tambahan 1 satuan X_3 (Ukuran Perusahaan) . Jadi apabila Ukuran Perusahaan mengalami peningkatan, maka struktur modal akan menurun sebesar -5.502 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
5. Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai sebesar 3.195. Struktur modal akan meningkat untuk setiap tambahan 1 satuan X_4 (Pertumbuhan Penjualan) . Jadi apabila pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, maka struktur modal akan meningkat sebesar 3.195 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

4.4.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas yaitu profitabilitas (X1), struktur aktiva (X2), ukuran perusahaan (X3), dan pertumbuhan penjualan (X4) terhadap variabel terikat yaitu struktur modal (Y). Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.12.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.810	.759	79.47325

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. R^2 dalam statistic digunakan untuk mengukur kelayakan dari model persamaan regresi, yaitu dengan memberikan proporsi atau presentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Diketahui pada tabel 4.11, hasil R^2 sebesar 0.81 mendekati angka 1 yang menandakan bahwa variabel bebas dapat memberikan hamper seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varians variabel terikat. Hasil R square sebesar 81% yang menjelaskan bahwa terdapat kontribusi sebesar 81% dari variabel bebasnya yaitu profitabilitas (X1), struktur aktiva (X2), ukuran perusahaan (X3), dan pertumbuhan penjualan (X4) terhadap variabel terikatnya yaitu struktur modal (Y). Sedangkan sisanya 19% akan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.5. Pengujian Hipotesis

4.5.1. Hasil Uji F

Pengujian F digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Uji F dikatakan layak dan dapat digunakan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0.05) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai signifikansi $< \alpha$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai signifikansi $> \alpha$, maka terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.13

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	404013.2	4	101003.3	15.992	.000 ^b
	Residual	94739.97	15	6315.998		
	Total	498753.2	19			

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3), Struktur aktiva (X2)

Berdasarkan tabel 4.13. dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} ($15.992 > 3.056$) dan memiliki nilai signifikansi 0.000 yang kurang dari α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa serta terdapat pengaruh

signifikan antara variabel variabel bebas yaitu profitabilitas (X1), struktur aktiva (X2), ukuran perusahaan (X3), dan pertumbuhan penjualan (X4) terhadap variabel terikatnya yaitu struktur modal (Y) serta bentuk persamaan regresi linier sudah teapt dan dapat digunakan

4.5.2. Hasil Uji t

Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh tersebut, digunakan uji t dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan nilai signifikansi 0.05. Pengambilan keputusan pada uji t sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0.05), maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0.05), maka terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-498.912	315.653		-1.581	.135		
ROE (X1)	-2.180	.319	-.832	-6.835	.000	.855	1.170
Struktur aktiva (X2)	8.801	4.353	.433	2.022	.061	.276	3.629
Ukuran perusahaan (X3)	-5.052	4.077	-.221	-1.239	.234	.400	2.502
Pertumbuhan penjualan (X4)	3.195	1.141	.554	2.799	.013	.323	3.094

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Berdasarkan tabel 4.14 didapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Hasil uji hipotesis profitabilitas terhadap struktur modal diperoleh nilai statistic uji t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.835 > 2.131$) dan nilai signifikan t kurang dari α ($0.000 < 0.05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan profitabilitas terhadap struktur modal. Dengan demikian H1 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal diterima.
- b. Hasil uji hipotesis struktur aktiva terhadap struktur modal diperoleh nilai statistic uji t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($2.022 > 2.131$) dan nilai signifikan lebih besar dari α ($0.061 < 0.05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak signifikan struktur aktiva terhadap struktur modal. Dengan demikian H2 yang menyatakan bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap struktur modal ditolak.
- c. Hasil uji hipotesis ukuran perusahaan terhadap struktur modal diperoleh nilai statistic uji t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($1.239 > 2.131$) dan nilai signifikan lebih besar dari α ($0.234 < 0.05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak signifikan ukuran perusahaan terhadap struktur modal. Dengan demikian H3 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal ditolak.
- d. Hasil uji hipotesis pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal diperoleh nilai statistic uji t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.799 > 2.131$) dan nilai signifikan t kurang dari α ($0.013 < 0.05$), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal. Dengan demikian H4 yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh

terhadap struktur modal diterima.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis, peneliti mampu membuktikan bahwa variabel-variabel yang telah diuji dapat mempengaruhi struktur modal. Berikut pembahasan mengenai hal tersebut:

4.6.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE) yaitu perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri atau ekuitas. Melalui profitabilitas dapat dinilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan menggunakan modal sendiri. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki dana internal berupa laba ditahan yang banyak guna mendanai kebutuhannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal dan memiliki kolerasi negatif. Hal tersebut berarti bahwa apabila profitabilitas mengalami kenaikan maka penggunaan hutang pada struktur modal akan mengalami kenaikan pula dan begitu juga sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang ada.

Hasil penelitian oleh beberapa peneliti antara lain, Pratheepan & Banda (2016), Acaravci (2015), Youssef & El-Ghonamiel (2015), dan Nofriani (2015) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan negatif dengan struktur modal pada total utang sesuai dengan *pecking order theory*, yang menyatakan suatu perusahaan yang lebih mengutamakan modal sendiri atau sumber dana internal

dibandingkan modal hutang atau modal eksternal sebagai pemenuh kebutuhan modal suatu perusahaan.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan dengan kolerasi negatif pada perusahaan telekomunikasi dapat dibuktikan dengan data deskriptif yang ada. Pada data deskriptif, dimana hasil struktur modal perusahaan telekomunikasi pada tahun tertentu apabila mengalami penurunan struktur modal dikarenakan hasil profitabilitasnya meningkat. Contohnya terjadi pada PT. XL Axiata dan PT. Telekomunikasi. PT. XL Axiata pada tahun 2015 memiliki nilai struktur modal sebesar 205.83% sedangkan pada tahun 2014 menurun sebesar 90.57%, hal ini dikarenakan profitabilitas pada tahun 2015 sebesar 0.18% mengalami peningkatan menjadi 1.77%. Pada PT. Telekomunikasi Indonesia tahun 2015 memiliki nilai struktur modal sebesar 39.96%, sedangkan pada tahun 2016 mengalami penurunan dengan nilai 32.50%, hal ini dikarenakan profitabilitas PT. Telekomunikais Indonesia pada tahun 2015 sebesar 24.96% mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 27.64%

4.6.2. Pengaruh Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur aktiva berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal. Kolerasi antara struktur aktiva dan struktur modal yang diperoleh bernilai positif. Kolerasi yang bernilai positif menunjukkan semakin tinggi struktur aktiva yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula penggunaan hutang dalam struktur modalnya, begitu juga sebaliknya apabila struktur aktiva mengalami penurunan maka penggunaan hutang pada struktur modal akan mengalami penurunan pula.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur aktiva berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal dan memiliki kolerasi positif yang sejalan dengan teori yang ada. Menurut Brigham dan Houston (2011,p.188) bahwa perusahaan yang mempunyai aktiva yang cocok digunakan untuk jaminan kredit atau hutang akan cenderung menggunakan banyak hutang karena kemudahan dalam memilikinya. Pemberi pinjaman lebih suka memberikan pinjaman dananya bagi perusahaan yang memiliki aktiva tetap jenis umum lebih banyak karena aktiva jenis umum seperti tanah dan bangunan lebih mudah dalam untuk diambil alih serta dijual oleh pihak pemberiketika perusahaan tidak dapat melunasi hutangnya, sedangkan aktiva jenis khusus seperti mesin-mesin spesial kurang cocok dijadikan jaminan atas pinjaman karena sulit dijual (Kanita, 2014)

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian Acaravci (2015) yang menyatakan bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap struktur modal dengan arah negatif terhadap struktur modal. Namun hasil penelitian ini didukung oleh Pratheepan & Banda (2016) yang menyatakan bahwa struktur aktiva tidak berpengaruh secara signifikan positif terhadap struktur modal sesuai dengan *trade off theory*.

Dalam perusahaan telekomunikasi struktur aktiva berpengaruh secara tidak signifikan terhadap struktur modal. Hal ini menunjukkan perusahaan telekomunikasi tidak terlalu besar dalam menggunakan aktiva tetap yang dimiliki untuk mendapatkan hutang. Kemungkinan karena perusahaan telekomunikasi yang tidak memiliki banyak aktiva tetap yang cocok dijadikan sebagai jaminan hutang. Aktiva tetap yang cocok untuk dijadikan jaminan dan diminati oleh peminjam hutang seperti bangunan, tanah, kendaraan, dan lain sebagainya

dikarenakan adanya kemudahan dalam menjual kembali. Perusahaan telekomunikasi lebih banyak memiliki aktiva tetap berjenis khusus seperti jaringan, satelit, tower dan lain sebagainya, sehingga para peminjam hutang pun kurang berminat dalam memberikan hutang kepada perusahaan telekomunikasi.

4.6.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal dan memiliki kolerasi negatif. Kolerasi negatif antara ukuran perusahaan dan struktur modal berarti bahwa ukuran perusahaan yang semakin besar maka penggunaan hutang pada struktur modal akan semakin rendah, begitu juga sebaliknya ukuran perusahaan yang semakin kecil maka akan menggunakan hutang semakin besar.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang dikemukakan oleh Riyanto (2011,p.296) dimana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memperbanyak pula alternatif pendanaan yang dapat dipilih dalam meningkatkan labanya sehingga semakin kecil kemungkinan untuk bangkrut. Ukuran perusahaan yang besar akan semakin memperbanyak penggunaan hutang dikarenakan semakin tingginya keperluan yang dibutuhkan perusahaan serta adanya kepercayaan peminjam hutang untuk membayar kewajibannya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratheepan & Banda (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal, dimana perusahaan besar Sri Lanka bersedia untuk memiliki hutang lebih tinggi daripada Sri Lanka perusahaan kecil. Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nofriani (2015) yang

menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal.

Pada perusahaan telekomunikasi, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah negatif yang menandakan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan telekomunikasi tidak mempengaruhi perubahan hutang pada struktur modalnya. Kemungkinan hal ini dikarenakan perusahaan lebih menyukai pendanaan internal perusahaan. Total aktiva tetap yang dimiliki perusahaan akan dijadikan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan penjualan yang tinggi sehingga menghasilkan dana internal yang tinggi. Kemungkinan lain adalah perusahaan telekomunikasi merupakan perusahaan yang sudah *go public* dengan modal dan saham yang sudah dipegang oleh banyak orang/perusahaan. Penawaran sahamnya dilakukan kepada publik sehingga jual beli saham dilakukan melalui pasar modal. Para investor dalam membeli saham atau menanamkan modalnya tidak hanya mempertimbangkan besar-kecilnya perusahaan, tetapi juga memperhatikan faktor-faktor lain, seperti prospek perusahaan dalam menghasilkan pendapatan, sifat manajemen perusahaan saat ini dan lain sebagainya

4.6.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal dan memiliki kolerasi positif. Kolerasi positif antara pertumbuhan penjualan dengan struktur modal berarti bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi pula penggunaan hutang dalam struktur modalnya. Perusahaan dengan penjualan yang tinggi maka

semakin tinggi pula keuntungan yang didapat oleh perusahaan, keuntungan yang didapat akan menjadi tambahan modal bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan, sehingga peluang untuk menggunakan hutang akan semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang ada. Menurut Halim (2015,p.92) yaitu suatu perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung menggunakan hutang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat penjualan rendah dan tentunya akan berdampak pada peningkatan hutang pada struktur modal. Hasil penelitian ini konsisten dnegan penelitian yang dilakukan Acaravci (2015) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap struktur modal. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan Nofriani (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

Pada perusahaan telekomunikasi, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, dapat dikatakan bahwa perusahaan telekomunikasi mempertimbangkan pertumbuhan penjualan guna meningkatkan atau menurunkan penggunaan hutangnya. Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dengan data deskriptif yang ada. Berdasarkan data deskriptif dapat terlihat bahwa beberapa perusahaan telekomunikasi yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi mengalami peningkatan pula pada struktur modalnya. Contoh terjadi pada PT. Smartfren pada tahun 2012 memiliki tingkat pertumbuhan penjualan sebesar 47.28% dnegan struktur modal sebesar 238.59% sednagkan pada tahun 2011 PT. Smartfren memiliki tingkat pertumbuhan penjualan menurun menjadi 21.64% dengan struktur modal sebesar 183.61%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan

akan meningkatkan penggunaan hutang apabila memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi, karena hutang tersebut guna membiayai operasional perusahaan. begitu juga sebaliknya, apabila perusahaan memiliki pertumbuhan penjualan menurun maka perusahaan telekomunikasi juga akan menurunkan penggunaan hutang dalam struktur modalnya.

4.7. Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan telekomunikasi pada periode penelitian tahun 2013-2016 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam teori Brigham dan Houston (2011,p.188) menyebutkan secara teoritis bahwa variabel profitabilitas, struktur aktiva, likuiditas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap struktur modal. Namun dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa struktur aktiva dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan hutang dalam struktur modal.

Profitabilitas menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan arah negatif terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi periode tahun 2013-2016. Hal tersebut menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan menggunakan hutang dengan jumlah sedikit pada struktur modalnya. Perusahaan telekomunikasi memiliki tingkat permintaan yang tinggi di beberapa perusahaan karena terus berkembangnya teknologi komunikasi di Indonesia sehingga perusahaan dapat terus mengandalkan profitabilitas yang didapat berupa laba ditahan guna memenuhi kebutuhannya terutama melakukan *return* bagi pemegang saham. Perusahaan telekomunikasi dengan tingkat

permintaan rendah dapat melakukan berbagai cara dalam meningkatkan profitabilitas dengan hutang rendah seperti berinovasi pada produk yang dianggap menguntungkan di masa mendatang dan melakukan pengurangan beban perusahaan seperti yang ditulis oleh Kata Data bahwa PT. XL Axiata telah melepas sahamnya kepada Elevania dan PT. Indosat Tbk kepada Cipika, hal ini dilakukan guna mengurangi beban perusahaannya dan berfokus pada produk layanan data karena besarnya kontribusi yang diberikan pada perusahaan tersebut (Ardhian,2017)

Struktur aktiva menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dengan arah positif terhadap struktur modal pada perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi struktur aktiva perusahaan maka semakin tinggi pula penggunaan hutang pada struktur modalnya meski tidak signifikan. Perusahaan telekomunikasi dapat menjadikan aktiva tetap jenis umum sebagai jaminan hutang selama tidak berlebihan . Perusahaan harus berhati-hati dalam menggunakan hutang, terutama terhadap beban bunga yang harus dibayar sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan keuangan. Perusahaan telekomunikasi tidak harus menambahkan hutang jangka panjang dan menjadikan aktiva tetap jenis umum sebagai jaminan guna membiayai operasional perusahaan, perusahaan dapat memaksimalkan aktiva tetap jenis khusus untuk meningkatkan produktivitas sehingga mendapatkan keuntungan yang tinggi dan dapat membiayai operasional perusahaan dengan dana internal yang didapatkan.

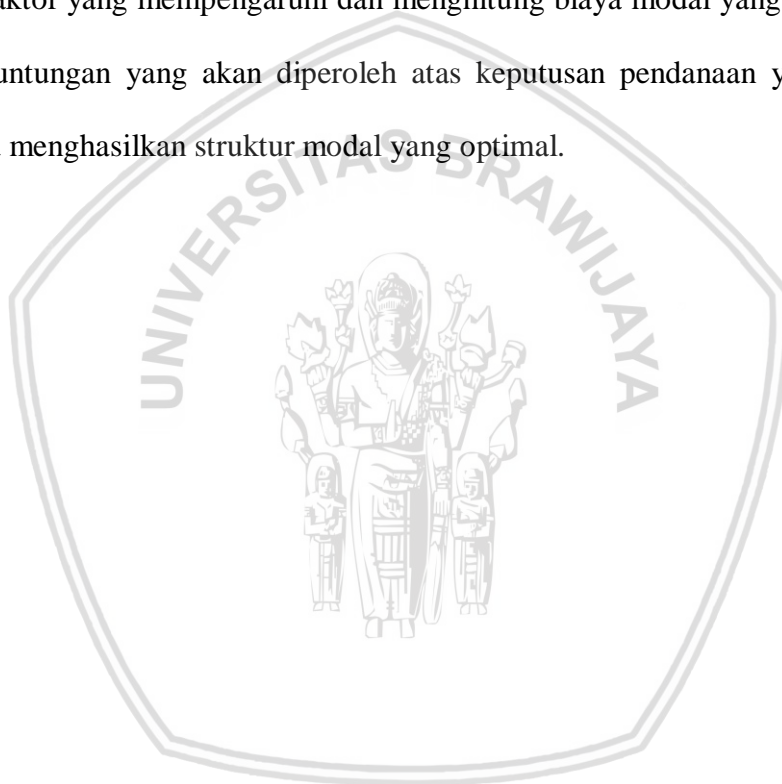
Ukuran perusahaan menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dengan arah negatif. Hal ini menandakan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan telekomunikasi tidak berpengaruh terhadap penggunaan hutang pada struktur

modal. Ukuran perusahaan tidak menjadi faktor utama penentu investor dalam menanamkan modalnya, sehingga membuat perusahaan tidak boleh berfokus pada ukuran perusahaan saja. Apabila perusahaan ingin mendapatkan modal dari investor, perusahaan perlu memperhatikan hal lain seperti prospek perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang tinggi untuk masa mendatang salah satunya dengan berinovasi dan melakukan promosi pada produknya serta manajemen yang baik seperti struktur organisasi yang dibuat sesuai dengan proses bisnis yang ada, sarana dan prasarana terkendali dengan baik dan efektivitas sistem yang sudah berjalan di dalam perusahaan.

Pertumbuhan penjualan pada perusahaan telekomunikasi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap struktur modal. Pertumbuhan penjualan merupakan aspek penting dalam siklus produk, dikarenakan pertumbuhan penjualan akan mengikuti alur dari pertumbuhan penjualan suatu produk dan berdampak pada pertumbuhan naik turunnya pertumbuhan penjualan. Perusahaan dengan penjualan yang tinggi akan cenderung menggunakan hutang yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang kecil, dikarenakan perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi akan membutuhkan lebih banyak dana dalam proses pembuatan produknya. Teknologi telekomunikasi yang terus berkembang serta meningkatnya pengguna teknologi komunikasi menuntut perusahaan telekomunikasi untuk dapat terus berinovasi dalam produknya dan memiliki tingkat permintaan tinggi. Permintaan yang tinggi maupun rendah dapat diikuti dengan adanya konsistensi dari perusahaan telekomunikasi dalam membuat produknya, membangun jaringan serta pemasaran

yang dilakukan. Hal ini akan berdampak pada pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat dari tahun ke tahun.

Dengan demikian, banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal sebelum menentukan struktur modalnya. Penelitian mengenai struktur modal perlu digali lebih mendalam, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi struktur modal. Perusahaan harus mempertimbangkan Faktor-faktor yang mempengaruhi dan menghitung biaya modal yang ditimbulkan serta keuntungan yang akan diperoleh atas keputusan pendanaan yang diambil sehingga menghasilkan struktur modal yang optimal.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
2. Struktur Aktiva berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
4. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut uraian beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebaiknya mempertimbangkan profitabilitas yang didapat serta pertumbuhan penjualan dalam menentukan komposisi sumber pendanaan dalam struktur modal

2. Bagi Investor dan Kreditur

Dalam menginvestasikan modalnya kepada perusahaan hendaknya mempertimbangkan segala aspek yang dimiliki perusahaan khususnya variabel yang mempengaruhi struktur modal yaitu profitabilitas dan pertumbuhan penjualan karena akan berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang atas besarnya hutang yang dimiliki. Sehingga kecilnya peluang bagi investor dan kreditur untuk menghadapi kerugian.

3. Bagi peneliti lebih lanjut

Disarankan untuk menambah jumlah variabel independen yang digunakan . Banyak sekali factor-faktor yang dapat mempengaruhi stuktur modal seperti tingkat bunga, likuiditas, resiko bisnis dan lain sebagainya. Selain itu, peneliti hendaknya menambah periode penelitian agar ketelitian dan tingkat kepastian semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Acaravci,Kakilli. (2015). ‘The Detreminants of Capital Structure: Evidence from the Turkish Manufacturing Sector’,*Economic anda Financial Issue*, Vol.5,No.1,2015,pp.158-171
- Amr Youssef, & Ayah El-ghonamie1.2015. ‘Factors That Determine Capital Structure in Building Material and Construction Listed Firms :Egypt Case’, *Financial Research*, Vol.6,No.4,2015, viewed 21 Agustus 2015.
- Anisah Putri, Nislam, 2016, Pengaruh struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Strutkur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Ayuwuragil, Kustin. 2017. Bos Indosat dan Kegagalan Konsolidasi Operator Telko, CNN Indonesia, diakses pada 4 Mei 2017, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170929121729-213-244874/bos-indosat-dan-kegagalan-konsolidasi-operator-telko>
- Azaliya, Dara. 2018. Persaingan Kian Ketat, Emiten Telekomunikasi Siap Pertahankan Pangsa Pasar, market.bisnis.com, diakses pada 30 April 2018, <https://market.bisnis.com/read/201820180128/192/731300/persaingan-kian-ketat-emiten-telekomunikasi-siap-pertahankan-pangsa-pasar>
- Brigham, Eugene F dan Joel F Houston, 2011. Dasar-Dasar Mnajemen Keuangan. Buku 2. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto. Jakarta:Salemba Empat
- Brigham, Eugene dan Joel F Houston, 2010. Dasar-Dasar Mnajemen Keuangan. Buku 1. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto.Jakarta:Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. 2013. Laporan Keuangan.(online). (www.idx.co.id).
Diakses 04 Februari 2018
- Bursa Efek Indonesia. 2014. Laporan Keuangan.(online). (www.idx.co.id).
Diakses 04 Februari 2018
- Bursa Efek Indonesia. 2014. Laporan Keuangan.(online). (www.idx.co.id).
Diakses 04 Februari 2018
- Bursa Efek Indonesia. 2014. Laporan Keuangan.(online). (www.idx.co.id).
Diakses 04 Februari 2018
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima).Semarang:Universitas Semarang.
- Halim, Abdul. 2015, Manajemen Keuangan Bisnis, Ghalia Indonesia,Bogor.

- Hanafi, Mahmud M., 2008, Manajemen Keuangan, BPFE, Yogyakarta
- Harahap, Sofyan Syarfi. 2008. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syadam, Gouzali. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Mikro. Jakarta: Djambaran.
- Luthfi, Ahmad. 2017, Kominfo Gencarkan Konsolidasi, Berapa Idealnya Jumlah operator di Indonesia, Okezone, diakses pada 28 Januari 2018, <https://techno.okezone.com/read/2017/08/01/54/1747509/kominfo-gencarkan-konsolidasi-berapa-idealnya-jumlah-operator-di-indonesia>
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kurniawan, Albert. 2009. Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula. Yogyakarta. Penerbit: Mediakom.
- Mulyana, Deddy. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Naibaho, Andreas, 2015, Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan *Property and Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013), Skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Nofriani, Irza. 2015. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset dan likuiditas terhadap struktur modal (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013, Universitas maritime Raja Ali Haji, Tanjungpinang.
- Octa Dewanti, Yossy, 2015, Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, Likuiditas, dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Riyanto, Bambang. 2011. Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RD, Alfabeta, Bandung.

- Syamsudin, Lukman. 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tambunan, Andy Porman (2008), *Menilai Harga Wajar Saham*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Tharmalingam Pratheepan, & Y.K.Weerakoon Banda. 2016. 'The determinants of Capital Structure : Evidence from Selected Listed Companies in Sri Lanka', *Economics and Finance*, Vol.8,No.2,2016.
- Weston,, Fred J and Eugene F. Brigham. 2005. *Managerial Finance Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Kesembilan, Jilid 2 ,Jakarta: Erlangga.



LAMPIRAN 1

Struktur Modal Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016 (%)

Nama Perusahaan	Tahun	Hutang Jangka Panjang	Ekuitas (Modal Sendiri)	Hasil
PT. Bakrie Telecom Tbk	2013	4,925,716,623,298	-1,007,470,573,418	-448.92
	2014	5,518,054,831,261	-3,878,785,346,095	-142.26
	2015	7,275,588	12,523,255	58.14
	2016	7,276,294	13,897,548	52.36
PT. XL Axiata Tbk	2013	17,046,433	15,300,147	111.41
	2014	34,347,571	13,960,625	246.03
	2015	29,004,471	14,091,635	205.83
	2016	19,210,103	21,209,145	90.57
PT. Indosat Tbk	2013	24,508,856	16,517,598	148.38
	2014	17,911,028	14,195,964	126.17
	2015	22,072,076	13,263,841	166.41
	2016	17,574,993	14,177,119	123.97
PT. Smartfren Tbk	2013	7,276,998,048,959	3,049,944,949,412	238.59
	2014	7,274,650,111,460	3,961,941,892,604	183.61
	2015	9,698,184,538,680	6,848,537,593,145	141.61
	2016	11,813,594,058,051	5,869,282,198,834	201.28
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2013	22,090	77,424	28.53
	2014	22,984	86,125	26.69
	2015	37,332	93,428	39.96
	2016	34,305	105,544	32.50

LAMPIRAN 2

Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016 (%)

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Ekuitas (Modal Sendiri)	Hasil
PT. Bakrie Telecom Tbk	2013	-2,645,565,576,416	-1,007,470,573,418	262.59
	2014	-2,871,300,857,774	-3,878,785,346,095	74.03
	2015	-8,636,590	-12,523,255	69.02
	2016	-1,384,393	-13,897,548	9.96
PT. XL Axiata Tbk	2013	1,032,817	15,300,147	6.75
	2014	-891,063	13,960,625	-6.38
	2015	25,338	14,091,635	0.18
	2016	375,516	21,209,145	1.77
PT. Indosat Tbk	2013	-2,666,459	16,517,598	-16.14
	2014	-1,858,002	14,195,964	-13.09
	2015	-1,163,478	13,263,841	-8.77
	2016	1,275,655	14,177,119	9.00
PT. Smartfren Tbk	2013	2,534,463,228,719	3,049,944,949,412	83.10
	2014	1,379,003,056,808	3,961,941,892,604	34.81
	2015	-1,565,410,162,209	6,848,537,593,145	-22.86
	2016	-1,974,434,427,311	5,869,282,198,834	-33.64
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2013	20,290	77,424	26.21
	2014	21,446	86,125	24.34
	2015	23,317	93,428	24.96
	2016	29,172	105,544	27.64

LAMPIRAN 3

Struktur Aktiva Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016 (%)

Nama Perusahaan	Tahun	Aktiva tetap	Total Aktiva	Hasil
PT. Bakrie Telecom Tbk	2013	8,661,545,322	9,128,135,053,900	94.89
	2014	7,439,040,570,299	7,588,560,916,085	98.03
	2015	2,347,582	2,411,596	97.35
	2016	1,526,259	1,569,775	97.23
PT. XL Axiata Tbk	2013	34,433,512	40,277,626	85.49
	2014	50,396,726	63,706,488	79.11
	2015	48,692,734	58,844,320	82.75
	2016	48,089,423	54,896,286	87.60
PT. Indosat Tbk	2013	47,351,874	54,520,891	86.85
	2014	44,663,157	53,254,841	83.87
	2015	45,469,840	55,388,517	82.09
	2016	42,765,223	50,838,704	84.12
PT. Smartfren Tbk	2013	13,852,198,025,888	15,866,493,429,577	87.30
	2014	15,735,514,811,955	17,758,684,934,364	88.61
	2015	18,498,166,928,828	20,705,913,320,829	89.34
	2016	20,488,474,569,533	22,807,139,288,268	89.83
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2013	94,876	127,951	74.15
	2014	107,133	140,895	76.04
	2015	118,261	166,173	71.17
	2016	131,910	179,611	73.44

LAMPIRAN 4

Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016

Nama Perusahaan	Tahun	Ln (Total Asset/Aktiva)	Hasil
PT. Bakrie Telecom Tbk	2013	9,128,135,053,900	29.84
	2014	7,588,560,916,085	29.66
	2015	2,411,596	14.70
	2016	1,569,775	14.27
PT. XL Axiata Tbk	2013	40,277,626	17.51
	2014	63,706,488	17.97
	2015	58,844,320	17.89
	2016	54,896,286	17.82
PT. Indosat Tbk	2013	54,520,891	17.81
	2014	53,254,841	17.79
	2015	55,388,517	17.83
	2016	50,838,704	17.74
PT. Smartfren Tbk	2013	15,866,493,429,577	30.40
	2014	17,758,684,934,364	30.51
	2015	20,705,913,320,829	30.66
	2016	22,807,139,288,268	30.76
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2013	127,951	11.76
	2014	140,895	11.86
	2015	166,173	12.02
	2016	179,611	12.10

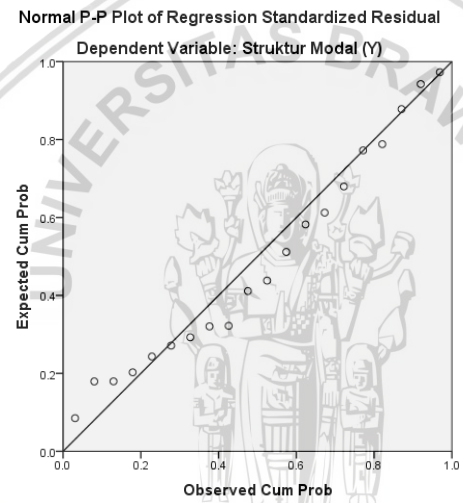
LAMPIRAN 4

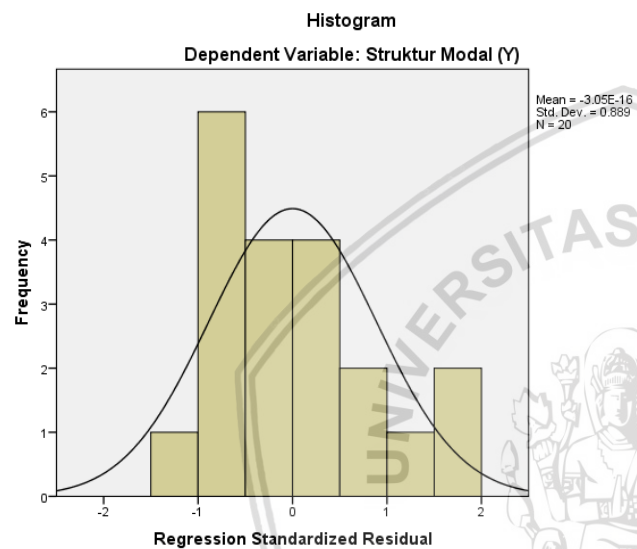
Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2013-2016 (%)

Nama Perusahaan	Tahun	Penjualan n	Penjualan n-1	Hasil
PT. Bakrie Telecom Tbk	2013	2,434,692,893,671	2,676,440,393,206	-9.03
	2014	1,453,656,463,434	2,434,692,893,671	-40.29
	2015	509,596	1,364,725	-62.66
	2016	172,005	637,825	-73.03
PT. XL Axiata Tbk	2013	21,265,060	20,969,806	1.41
	2014	23,460,015	21,265,060	10.32
	2015	22,876,182	23,460,015	-2.49
	2016	21,341,425	22,876,182	-6.71
PT. Indosat Tbk	2013	23,855,272	22,418,812	6.41
	2014	24,085,101	23,855,272	0.96
	2015	26,768,525	24,085,101	11.14
	2016	29,184,624	26,768,525	9.03
PT. Smartfren Tbk	2013	2,428,857,501,221	1,649,165,727,254	47.28
	2014	2,954,410,048,419	2,428,857,501,221	21.64
	2015	3,025,755,038,085	2,954,410,048,419	2.41
	2016	3,637,385,751,473	3,025,755,038,085	20.21
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2013	82,967	77,143	7.55
	2014	89,696	82,967	8.11
	2015	102,470	89,696	14.24
	2016	116,333	102,470	13.53

Lampiran 6

Uji Normalitas





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	70.61383834
Most Extreme Differences	Absolute	.149
	Positive	.149
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.665

Asymp. Sig. (2-tailed)	.769
------------------------	------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 7

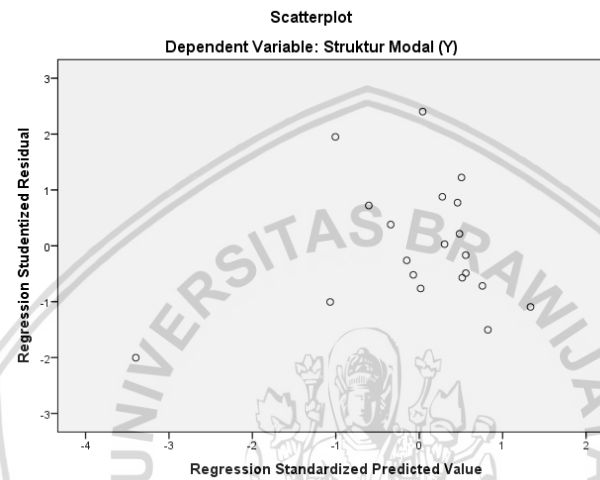
Uji Multikolenieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-498.912	315.653		-1.581	.135		
	ROE (X1)	-2.180	.319	-.832	-6.835	.000	.855	1.170
	Struktur aktiva (X2)	8.801	4.353	.433	2.022	.061	.276	3.629
	Ukuran perusahaan (X3)	-5.052	4.077	-.221	-1.239	.234	.400	2.502
	Pertumbuhan penjualan (X4)	3.195	1.141	.554	2.799	.013	.323	3.094

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Lampiran 8

Uji Heterokedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-197.980	151.104		-1.310	.210
	ROE (X1)	.108	.153	.170	.706	.491
	Struktur aktiva (X2)	3.085	2.084	.627	1.480	.159
	Ukuran perusahaan (X3)	-.569	1.952	-.103	-.292	.775
	Pertumbuhan penjualan (X4)	.694	.546	.497	1.271	.223

a. Dependent Variable: abs

Lampiran 9

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 ^a	.810	.759	79.47325	1.849

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3), Struktur aktiva (X2)

b. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Lampiran 10

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Struktur Modal (Y)	20	-488.92	246.03	79.5430	162.01903

ROE (X1)	20	-33.64	262.59	31.5020	61.81215
Struktur aktiva (X2)	20	71.17	98.03	85.4630	7.97856
Ukuran perusahaan (X3)	20	11.86	30.76	20.7355	7.07358
Pertumbuhan penjualan (X4)	20	-73.03	47.28	-.0785	28.09596
Valid N (listwise)	20				

Correlations

		Struktur Modal (Y)	ROE (X1)	Struktur aktiva (X2)	Ukuran perusahaan (X3)	Pertumbuhan penjualan (X4)
Pearson Correlation	Struktur Modal (Y)	1.000	-.835	-.278	-.145	.367
	ROE (X1)	-.835	1.000	.337	.295	-.152
	Struktur aktiva (X2)	-.278	.337	1.000	.440	-.604
	Ukuran perusahaan (X3)	-.145	.295	.440	1.000	.235
	Pertumbuhan penjualan (X4)	.367	-.152	-.604	.235	1.000
Sig. (1-tailed)	Struktur Modal (Y)	.	.000	.118	.270	.056
	ROE (X1)	.000	.	.073	.103	.261
	Struktur aktiva (X2)	.118	.073	.	.026	.002
	Ukuran perusahaan (X3)	.270	.103	.026	.	.160
	Pertumbuhan penjualan (X4)	.056	.261	.002	.160	.

N	Struktur Modal (Y)	20	20	20	20	20
	ROE (X1)	20	20	20	20	20
	Struktur aktiva (X2)	20	20	20	20	20
	Ukuran perusahaan (X3)	20	20	20	20	20
	Pertumbuhan penjualan (X4)	20	20	20	20	20

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3), Struktur aktiva (X2) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.810	.759	79.47325

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3),

Struktur aktiva (X2)

b. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-498.912	315.653		-1.581	.135
	ROE (X1)	-2.180	.319	-.832	-6.835	.000
	Struktur aktiva (X2)	8.801	4.353	.433	2.022	.061
	Ukuran perusahaan (X3)	-5.052	4.077	-.221	-1.239	.234
	Pertumbuhan penjualan (X4)	3.195	1.141	.554	2.799	.013

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Lampiran 11 Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	404013.181	4	101003.295	15.992	.000 ^b
	Residual	94739.969	15	6315.998		
	Total	498753.151	19			

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan (X4), ROE (X1), Ukuran perusahaan (X3), Struktur aktiva (X2)

